Zeitschrift: Schweizerische Zeitschrift für Soziologie = Revue suisse de sociologie = Swiss journal of sociology

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Soziologie

Band: 21 (1995)

Heft: 1

Artikel: Information audiovisuelle et espace public national : réflexions sur l'ambiguïté de la notion de régionalisation de l'audiovisuel Suisse

Autor: Corboud Fumagalli, Adrienne

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-814757

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: 21.08.2025

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

Schweiz. Z. Soziol./Rev. suisse sociol., 21 (1), 1995, 155–175

INFORMATION AUDIOVISUELLE ET ESPACE PUBLIC NATIONAL : RÉFLEXIONS SUR L'AMBIGUÏTÉ DE LA NOTION DE RÉGIONALISATION DE L'AUDIOVISUEL SUISSE

Adrienne Corboud Fumagalli
Université de Fribourg, Institut de Journalisme et des Communications sociales, et Laboratoire CNRS «Communication et Politique», Paris

1. Radiodiffusion et identité plurielle

Dans certains secteurs, on assiste à la tentative de combiner un marketing global avec une volonté d'adéquation aux goûts des consommateurs implantés localement et régionalement. En Suisse, tout comme en Europe, la fin du monopole du service public en matière de radiodiffusion a encouragé cette évolution bidirectionnelle, à la fois vers l'international et vers le local. On assiste à une transnationalisation de la production, de la diffusion et de la consommation des médias (avant tout électroniques), et en même temps à un attrait accru pour le local, à une régionalisation de la production médiatique, avec pour corollaire un affaiblissement de l'échelle nationale.

Certes, en Suisse, le processus de régionalisation des médias ne date pas d'aujourd'hui. La tradition régionaliste et l'attachement aux particularismes locaux est un phénomène profondément ancré dans la mémoire suisse, et, partant, dans l'histoire des médias de ce pays. Toutefois, alors que certains auteurs considèrent que l'identité nationale n'a d'existence qu'autour de l'usage d'une langue commune, on peut s'interroger sur les implications d'une politique de régionalisation de la radiodiffusion et sur son rôle dans les représentations spatiales devant promouvoir une identité nationale en Suisse, pays morcelé du point de vue linguistique.

1.1 Identité culturelle, identité nationale et espace audiovisuel : un discours empreint de contradictions

L'unité dans la diversité : tels sont les termes au coeur des débats sur la construction européenne. L'identité culturelle d'un espace aussi composite suscite d'ailleurs un débat contradictoire. Dans bon nombre de discours, la tâche attribuée aux médias est pour le moins floue. Les allégations à propos de

l'identité spatiale accordent à l'audiovisuel à la fois un rôle de défense d'une identité, ce qui suppose son existence préalable, et de promotion de cette dernière, ce qui laisse penser qu'elle revêt la forme d'un projet, d'une réalité en devenir (Schlesinger 1988). En s'interrogeant sur l'existence d'une pensée conceptuelle sérieuse au-delà de la multiplicité des slogans, il faut admettre que les notions de culture nationale, d'identité culturelle et d'espace audiovisuel fonctionnent avant tout comme des gadgets (Schlesinger 1990, 202). En fait, tout ce discours s'échafaude sur une conception idéale d'une identité, d'une culture nationale «pures», définies en termes statiques (Ang 1992, 85). Mais l'identité culturelle nationale est un phénomène dynamique qui s'élabore et se remodèle, un processus de construction dans lequel les représentations sont essentielles. Les espaces autour desquels se dessine une identité sont des espaces vécus, des espaces mentaux chargés de souvenirs. L'information, interpersonnelle ou médiatisée, concourt à cet édifice en proposant des images, en offrant des valeurs à partager.

L'appréciation de la nature exacte de l'intervention des médias dans la construction de l'identité ne recueille pas l'unanimité. De l'époque où les analystes voyaient dans l'information un outil au service du développement national, supposant un pouvoir du message, à celle où la recherche se penche davantage sur une reconstruction du sens par le récepteur, relativisant l'importance de l'information véhiculée, on s'accorde à reconnaître le rôle des médias dans la construction de communautés «imaginées» (Anderson 1983). Cette question du rôle des médias dans la question identitaire n'est d'ailleurs pas récente. Lorsque, dans un désir de retour aux sources, la communication était perçue comme la panacée dans la défense des régionalismes, certains projets de radiodiffusion locale furent conçus dans un but de promotion d'une identité régionale, tandis que d'autres descripteurs y virent le moyen de défense de valeurs identitaires, estimant que l'identité était un préalable au désir de communication. Ce qui apparaît, au-delà des slogans à l'emporte-pièce, c'est que la culture n'est pas un produit fini et que la nation n'est en rien un acquis définitif. L'identité se présente comme un système de relations, de représentations. Son caractère dynamique, inachevé, amène à se pencher sur le rôle des médias dans ce processus de construction du sens. L'identité nationale est un processus diachronique dans lequel les producteurs de culture ont leur rôle à jouer (Desaulniers 1985).

C'est pourquoi, tout en se gardant de tirer des conclusions hâtives, on peut se demander comment, dans un pays comme la Suisse, dont l'identité spatiale est composite, l'audiovisuel, et plus précisément l'information radiophonique ou télévisuelle, s'articulant autour de composantes de l'identité – comme la

langue[1] – précise les limites de ce territoire et en définit les relations internes; comment, à l'heure d'une évolution à la fois vers le local et vers l'international, l'audiovisuel, et particulièrement le service public, apporte-t-il sa contribution à la perpétuation de cette entité, somme toute récente, que l'on nomme la Confédération helvétique ?

Cet article se propose de décrire la façon dont les marchés médiatiques, en s'organisant autour de l'appartenance linguistique, créent des liens avec des espaces au-delà des frontières nationales, influençant la production des informations, soit dans le format des nouvelles, soit dans leur contenu. Au-delà de l'implication d'une régionalisation de l'offre, on s'attachera à décrire la contribution des médias audiovisuels à la construction d'un espace public, d'un forum où prennent place des débats sur des questions d'intérêt national.

Si l'on se penche sur le rôle des médias dans la constitution d'une sphère publique et dans l'intégration nationale, on s'accorde à reconnaître en la communication un principe intégrateur, estimant que les médias sont les nouveaux lieux de rencontre de la population. Mais c'est surtout par leur présence qu'ils offrent un sens d'appartenance (Jensen 1990, 230). En fait, la fonction intégratrice de la télévision est complexe, puisque, comme certains l'affirment, «la télévision accentue plutôt la perception des différences qu'elle n'accentue les ressemblances, et c'est en cela qu'elle est moins un facteur de standardisation que de maintien des ces différences» (Wolton 1990, 299).

1.2 Mandat d'intégration de la radiodiffusion de service public et défense des particularités régionales

En Europe, les gouvernements gardèrent longtemps jalousement le monopole des ondes, confiant à la radiodiffusion de service public un mandat d'intégration nationale. Les médias étant devenus le lieu d'un processus de communication publique, l'Etat-nation en fut le principal organisateur. Mais aujourd'hui, à l'heure où celui-ci semble mis en péril (Collins 1991), on peut s'interroger sur les formes de structures sociales amenées à prendre le relais (Garnham 1993). Actuellement, on assiste à l'élaboration d'une identité plurielle, mosaïque, non plus autour de la notion de nation (Desaulniers 1985, 122), mais selon d'autres critères, d'autres solidarités. En Suisse, dans le domaine de l'audiovisuel, cette articulation est ancienne; elle s'opère essentiellement autour de l'appartenance linguistique.

1 Selon l'UNESCO, l'identité culturelle n'équivaut d'ailleurs pas à l'identité nationale, puisque la première s'articule autour d'une même langue et que la nation peut être une composition, la résultante d'un apport de plusieurs langues, comme c'est le cas en Suisse.

La radiodiffusion en Suisse vit le jour au début des années 1920. Fondée en 1931, la Société suisse de radiodiffusion et de télévision (SSR) est divisée en trois organisations, correspondant à la répartition des trois principaux groupes linguistiques, les suisses alémaniques et rhéto-romans, les francophones et les italophones. Dès les années 60, le diffuseur national développa une politique de régionalisation afin de se rapprocher de ses divers auditoires. Pour servir ces différents marchés, la SSR offre trois programmes de télévision et dix programmes radio, auxquels est venu récemment s'ajouter un programme télévisuel en collaboration avec des diffuseurs privés.

Si lors de la fondation de la SSR, l'organisation professionnelle consistait en un ensemble plutôt décentralisé de studios dans les différentes parties du territoire national qui produisaient des programmes de radio et de télévision principalement en trois langues (allemand, français, italien), dans certains domaines, comme l'information et, plus précisément, les téléjournaux, il fallut attendre jusqu'au début des années 80 pour que la centralisation de la production, à Zurich, soit rendue obsolète.

Régionalisation, pour la SSR, diffuseur national, signifie être géographiquement plus proche de son auditoire, se calquant sur un découpage cantonal pour ce qui est de l'aspect institutionnel de l'organisation, et linguistique pour ce qui touche à la production. Un tel morcellement ne va pas sans poser de problèmes, surtout en ce qui concerne une véritable contribution de la radiodiffusion de service public à la cohésion nationale, comme le stipule la concession octroyée à la SSR. En effet, la mission du diffuseur national n'est pas simple. La question est de savoir comment, tout en se rapprochant des particularités régionales, la SSR peut participer à l'élaboration et au maintien d'une véritable unité à l'échelle nationale.

1.3 Un attrait pour les programmes télévisuels étrangers

Pour permettre un accès de tous aux programmes de radio et de télévision, – ce qui fait partie des tâches de la radiodiffusion nationale de service public –, la Suisse s'est très vite munie d'un important réseau câblé; 77% de la Suisse, soit 2.5 millions de foyers sont raccordés au réseau câblé, ce qui représente une forte proportion si l'on compare avec d'autres pays européens (21% en Allemagne, 3% en France, 1% en Grande-Bretagne), mais qui est proche de celle du Canada (76%) (SRG 1992). Cela n'a pas uniquement permis la diffusion des programmes nationaux; le public suisse, soit par voie hertzienne, soit par le câble, a ainsi également eu accès à une offre importante de diffuseurs étrangers. Ce petit pays au milieu de l'Europe connaît d'importants phénomènes de

déversement des flux de programmes par-delà les frontières, particulièrement dans le domaine des médias électroniques.

1.1.1 Exode du public

Si l'on observe l'audience de la télévision en Suisse, on peut craindre que le mandat d'intégration confié à la SSR ne soit en péril. Les diffuseurs suisses souffrent d'un substantiel exode de leur public vers les chaînes étrangères. Environ 4/5 des ménages peuvent capter des programmes provenant des diffuseurs étrangers qui émettent dans la même langue que la leur.

En Europe, la Suisse présente un cas particulier. Les téléspectateurs sont largement attirés par l'offre étrangère; tel est le cas de plus de la moitié du public des différentes chaînes captées en Suisse. Cette proportion tend à s'accroître. En 1987, en terme d'écoute quotidienne, 56% des téléspectateurs de la partie germanophone avaient pour habitude de regarder des programmes étrangers; 60% dans la partie francophone et 67% pour le public suisse italien (SSR 1988). En 1990, l'hémorragie continue dans le public alémanique (62%). La proportion de téléspectateurs préférant les programmes étrangers à ceux de la SSR reste stable parmi le public suisse français (62%) et suisse italien (67%), marquant ainsi une certaine accalmie (SSR 1991/92). Toutefois, en 1990, l'usage quotidien des programmes de télévision (moyenne hebdomadaire par habitant pour une population à partir de 3 ans) est de 44 minutes en faveur des programmes de la SSR et de 79 minutes pour l'offre étrangère. Ce qui frappe, c'est que ce public «migrateur» se tourne vers l'offre du ou des pays voisins avec lesquels il s'inscrit dans une même communauté linguistique. Par exemple en Suisse romande, sur les 62% du public branché sur une chaîne étrangère, 45% sont à l'écoute des 4 principales chaînes françaises de télévision (SSR 1991/1992).

Le public resté fidèle au diffuseur suisse est à l'écoute du programme national produit pour sa région linguistique, dans sa propre langue. Les risques de désintégration des trois régions linguistiques existent si l'on songe que seuls en moyenne 4 à 7% des téléspectateurs (ce qui représente 5 à 8 minutes de consommation quotidienne de télévision) constituent l'audience des chaînes d'autres régions linguistiques de Suisse. Il y a ainsi à la fois une partition de l'audience en direction de programmes étrangers et un cloisonnement à l'intérieur du territoire national. Or, si l'on s'accorde à penser que ce ne sont pas tant les informations véhiculées par les radiodiffuseurs qui agissent comme ferment au débat public, mais plutôt la pénétration des médias (Gellner 1983, 127), on peut craindre que de telles forces centripètes agissent au détriment de la cohésion nationale.

1.1.2 Importation de programmes

L'importance de la communauté linguistique se retrouve aussi dans la provenance des programmes importés qui composent la grille des émissions proposées par la SSR (54%), même si durant les heures de grande écoute en début de soirée (prime-time) cette proportion est plus faible (Bonfadelli et al. 1988). A titre de comparaison, sur un échantillon de plus de 50 pays, Varis a trouvé, tant en 1973 qu'en 1983, que 1/3 du temps de programmation est constitué de programmes importés. Certes cela représente une moyenne, puisqu'aux USA, seuls 2% des programmes sont importés (Varis 1988, 96). La particularité helvétique réside dans le fait que ces acquisitions se font auprès de producteurs des pays voisins de même langue, alors que dans le reste de l'Europe, en général, les programmes en provenance des Etats-Unis sont proportionnellement davantage présents (Bonfadelli et al. 1988).

La fuite de l'audience vers les chaînes étrangères et l'importation de programmes agissent dans le sens d'un éclatement de la cohésion nationale dans le domaine de la télévision. Dans cette évolution, d'autres solidarités se créent, sur des bases plus socio-culturelles et linguistiques que nationales. A titre d'exemple, le public fidèle des informations de la SSR se compose essentiellement de personne de plus de 45 ans (66 à 75% de l'audience des programmes de la SSR), alors que les téléspectateurs de moins de trente ans ne constituent qu'un public occasionnel (19 à 25% de l'audience selon la région linguistique) (SRG Forschungsdienst 1992). Cette tendance est observable parmi l'auditoire des trois chaînes nationales; la fuite de l'audience vers les chaînes étrangères est un phénomène que l'on retrouve de façon quasi identique dans les trois régions. S'il y a similarité de comportement dans ce domaine, l'appartenance linguistique constitue le principal facteur d'éclatement, puisque cet exode se fait dans des directions opposées, au profit de diffuseurs différents.

1.1.3 Fonction de modèle des chaînes étrangères

L'attrait pour les chaînes étrangères a des implications sur le corpus d'information dont disposent ces différents auditoires. Ainsi, en Suisse romande, les téléspectateurs se familiarisent plus facilement avec les personnalités de la politique française qu'avec celles de Suisse alémanique ou de Suisse italienne. Ceci renforce la méconnaissance que l'on a de la réalité des autres régions linguistiques (Torracinta 1989). De plus, la vive concurrence étrangère pousse les trois chaînes de télévision de la SSR dans le sens d'une adaptation au produit proposé par les émetteurs rivaux. La façon de travailler des journalistes, leurs normes professionnelles, s'en trouvent influencées. Malgré des collaborations au sein de la SSR, force est de constater qu'il existe des cultures

télévisuelles très différentes, comme on le constatera dans cet article à propos des formats des téléjournaux.

2. Information et références spatiales : une combinaison de proximités linguistique et géographique

La sélection de l'information s'opère selon des critères dans lesquels la proximité culturelle et linguistique se conjugue à la proximité géographique; une étude en Suisse romande sur la relation entre contenu des émissions d'information et espace de diffusion, illustre cette tendance (Corboud Fumagalli 1991). Dans les médias, l'attrait pour le local est le corollaire de la nécessité de bien s'implanter auprès de son public garant de sa survie économique. C'est sur ce terroir familier que pousse la manne publicitaire. Tel est le cas des diffuseurs privés qui vivent de la publicité ou de subventions locales. Tel est aussi le souhait du diffuseur national, bien que sa fonction soit différente.

2.1 Couverture audiovisuelle du territoire national

En matière de couverture du territoire national, la SSR fournit une image plus complète de la réalité helvétique que ses concurrentes privées, principalement les radios locales, dont l'offre d'information concerne surtout l'espace proche de leur studio. Il existe aussi une complémentarité entre diffuseurs privés (en l'occurrence les radios locales) et les diffuseurs publics (radio et télévision) pour ce qui est des thèmes et des lieux. Ainsi, par le traitement de l'information, la radiodiffusion dans son ensemble répond au mandat qui lui est confié par la Constitution (CF art. 55 bis). Bien que la Suisse ait entamé une phase d'essai pour la radiodiffusion locale et privée lors de l'introduction de cet article (adopté par le peuple et les cantons le 2 décembre 1984), celui-ci a été élaboré à une époque où seule la SSR fournissait des programmes de radio et de télévision. C'est pourquoi, il se base sur une conception monopolistique de la radiodiffusion. Par la suite, on admettra que la totalité des prestations ne doit pas être fournie par chaque diffuseur, mais que dans l'ensemble, par le biais de l'octroi des concessions, le Conseil fédéral veille à permettre à la population suisse de recevoir des services permettant un développement de la vie culturelle, une information politique et la libre formation de l'opinion (Müller 1986). C'est dans ce sens que sera élaboré un modèle de répartition des compétences entre diffuseurs privés et publics, connu sous l'appellation de «modèle à trois échelons», à savoir l'échelle internationale, l'échelle locale et l'échelle nationale, s'articulant autour de la notion de région linguistique.

Dans le domaine de l'audiovisuel, l'idée de régionalisation est apparue dans les années 60. En fait, il s'agissait de donner au diffuseur national (SSR) une structure permettant d'offrir la parole aux différentes régions linguistiques de Suisse, ceci surtout dans l'organisation institutionnelle, car en ce qui concerne la production, la radio et la télévision émanaient, dès l'origine, des régions. Plus récemment, dans l'audiovisuel européen, on assiste à un déplacement du centre de gravité sur le local, l'international et le privé (Rabaté 1987, 29). Tout ceci se passe aux dépens de l'échelon national. La régionalisation des programmes de radiodiffusion accentue l'attirance des médias à la fois vers le local et vers l'international, certains auteurs estimant qu'il existe une mondialisation des productions culturelles (Levitt 1983), avec parfois une combinaison du local et du mondial dans un rapprochement appelé le «global-local nexus» (Alger 1988).

Dans cette logique où les considérations d'ordre économique, voire mercantile, l'emportent, la radiodiffusion de service public, si longtemps décriée et perçue comme l'expression d'un contrôle étatique de l'information, est actuellement revalorisée par ceux-ci mêmes qui l'attaquaient autrefois. Elle s'avère «un moindre mal» par rapport à l'offre du secteur privé (Burgelmann 1986). La radiodiffusion publique, de par le mandat qui lui est confié, se doit de rester le lieu de défense des thèmes servant à un débat public à l'échelle nationale, à une sphère publique, conçue par Habermas comme un processus social de communication entre personnes parlant librement de sujets de politique (Habermas 1992). Si l'on se réfère à cette conception du rôle des médias, on peut se demander, dans une organisation de la radiodiffusion qui s'articule autour des régions linguistiques, quels sont les thèmes communs qui sont offerts à la discussion. Si l'on observe la couverture de quelques médias électroniques localisés en Suisse romande[2], on constate que les diffuseurs du service public considèrent avec sérieux leur fonction d'intégration nationale. En comparant l'offre des diffuseurs privés et publics, on note que la SSR marque proportionnellement plus d'intérêt pour les informations en provenance de Suisse alémanique que ne le font les radios locales. Bien que «La Première» de la radio suisse romande (RSR1) parle davantage de la Suisse des autres régions linguistiques que la télévision et que ses consoeurs privées, sa contribution reste modeste. En effet, le Tessin est le grand absent de l'information audiovisuelle en Suisse romande (seules deux informations : l'une des quatres radios locales analysées et l'autre sur RSR1). La carence des comptes rendus de l'ensemble

2 Le corpus de l'analyse comparative des radios et de la télévision est composé d'une semaine d'émissions d'informations diffusées en 1986 (jeudi 25 septembre au mercredi 1er octobre) et d'une semaine en 1987 (18 au 21 octobre). Pour des détails chiffrés concernant les tendances évoquées dans cet article, voir Corboud Fumagalli 1991a).

des diffuseurs concernant les événements de Suisse en général, les affaires fédérales et les faits survenus en Suisse alémanique ou au Tessin, corrobore l'hypothèse d'une perte de substance de l'échelle nationale. Toutefois, en ce qui concerne la SSR, cette faiblesse est davantage liée à un intérêt plus marqué pour l'international que pour le proche environnement. Tandis que sur les ondes des radios locales, l'attention est surtout portée aux événements de la région, au détriment de tout le reste.

2.2 *Images d'ici, images d'ailleurs*

Une analyse thématique montre que seule la région linguistique est représentée de façon diversifiée. Ainsi, même si les questions sociales ne font pas la «une» de l'information régionale, elles sont complètement absentes de l'information relative aux autres parties du territoire national. La culture au sens large, celle d'une culture de loisirs est le sujet de prédilection des diffuseurs lorsqu'ils se penchent sur l'actualité régionale. Celle-ci fait aussi une place importante à la politique et à l'économie, surtout sur les ondes du diffuseur national. Les radios locales ajoutent leur lot de faits divers à cette image de la région linguistique. Mais avec l'éloignement géographique, le fait divers gagne du terrain. Dans l'offre d'information audiovisuelle romande, l'importance des faits divers s'accroît à propos de la Suisse alémanique; certes cela trahit probablement la structure mise en place par ces diffuseurs pour collecter l'information, mais cela met aussi en exergue une certaine conception de cet «autre» communicant dans une langue différente. On ne parle des gens «d'ailleurs» que dans la mesure où ils sont des victimes d'événements incontrôlables ou se distinguent par une action en dehors d'une certaine «normalité». Pour dégager une image plus diversifiée, il faudrait que les journalistes de la radiodiffusion entretiennent des relations suivies avec des sources d'autres régions linguistiques. Durant une semaine d'actualité, seule la RSR1 donne une image plus diversifiée de la réalité suisse alémanique. Toutefois, cet accent porté sur les faits divers par les producteurs de nouvelles a pour but d'attirer l'attention des auditeurs ou téléspectateurs sur ce qui touche les gens dans leur vie quotidienne.

Si les autres parties du pays sont décrites de façon schématique par les diffuseurs de chaque région linguistique, celle-ci également ne fait pas l'objet d'une représentation uniforme. L'intérêt porté au local par les diffuseurs privés se traduit par un accroissement d'informations principalement au sujet des centres régionaux. En fait, malgré leur appellation de radios locales, les diffuseurs privés avaient reçu des concessions pour un espace de diffusion régional (20 kilomètres de diamètre). A l'échelle de ces micro-régions que constituent leurs

zones d'arrosage, les radios locales se devaient de tenter une percée sur un terrain prétendument délaissé par la SSR. Dans bon nombre de requêtes adressées au Conseil fédéral pour l'obtention d'une concession, le désir de fournir une information plus diversifiée à l'échelle régionale était évoqué par les diffuseurs locaux. Lors de l'attribution des autorisations d'émettre, la garantie d'une meilleure distribution spatiale fut recherchée. Mais en fait, les prestations en matière d'information offertes par les radios locales se sont bien souvent limitées aux communes les plus importantes (tant numériquement que par leur rôle administratif et économique). Ceci n'a rien de surprenant si l'on pense que les producteurs de la télévision se plaignent d'un manque de moyens financiers pour réaliser pleinement leurs ambitions, a fortiori, les radios locales sont rarement à même de développer leurs informations en dehors des routines productives, faisant une large place à des sources institutionnelles dont la localisation reflète une hiérarchie des communes d'un point de vue administratif et économique. Certes, la réalité du proche environnement apparaît de façon plus articulée sur la plupart des radios locales, et c'est tant mieux. Mais seules les radios à vocation régionale, c'est-à-dire portées par une association représentant les communes d'une zone (Chablais, par exemple), tentent de parler de toute une région. Si l'on estimait que les nouveaux diffuseurs pouvaient apporter une contribution à la réduction des disparités entre centre et périphérie, on a dû relativiser cet apport. L'analyse des informations diffusées par l'ensemble des radios locales suisses confirme une tendance des médias à se pencher simultanément sur les événements d'envergure mondiale et sur les faits locaux, les comptes rendus des diffuseurs locaux se réfèrant surtout au lieu où se situe le studio. Il semble toutefois que les radios à même de fournir une information plus circonstanciée sur l'ensemble de la région remportent un succès plus grand auprès de leur auditoire que celles qui obtiennent une réussite en terme de revenus publicitaires (Saxer 1989, 54). Cette observation renvoie à la discussion sur le lien entre identité spatiale et communication. Il est bien difficile de discerner la primauté de l'un ou l'autre concept.

2.3 Concurrence, diffuseurs et espace public

Dans les espaces où sévit une forte concurrence entre les médias, on assiste à une augmentation de la part d'information consacrée aux communes de toute taille, avec toutefois un appauvrissement thématique. En effet, si l'on se penche sur les thèmes abordés, on constate que ceux-ci sont plus proches d'une culture de loisirs que des sujets plus «sérieux». Certes, cet aspect joue un rôle dans l'intégration (la radio locale s'est surtout affirmée comme média «d'accompagnement», de divertissement), mais l'on peut s'interroger sur les consé-

quences à moyen et long terme d'une information évinçant les questions plus importantes pour la vie civique (pour une discussion, voir Golding 1990).

Motiver la population à s'intéresser au devenir de sa région, l'inciter à participer plus massivement aux décisions concernant toute la société, tels furent des arguments évoqués par les autorités concédantes lors du lancement des radios locales. Certes, la vague d'abstentionnisme ne s'est pas endiguée pour autant. Mais certaines stations s'appliquent à animer le débat, particulièrement en période électorale. L'analyse des émissions d'information diffusées durant la semaine du 18 au 21 octobre 1987 à l'occasion des élections au Conseil national et au Conseil des Etats montre une contribution substantielle des radios au débat politique. Si, à titre d'exemple, on se penche sur les prestations d'information des radios locales sises entre Lausanne et le Chablais (Acidule, Radio L, Chablais), et sur celles du diffuseur national (RSR1), on observe que le micro est tendu à des personnes extérieures à la rédaction durant près de la moitié du temps d'antenne. Cela crée une certaine agora, même si les «notables» en sont les principaux invités; en effet, seule la radio politique Acidule et le diffuseur public font une place, certes modeste (respectivement 16% et 10%), à des personnes représentant la base de la hiérarchie (Corboud Fumagalli 1991a, 167).

3. Les journaux télévisés : entre scène publique nationale et fenêtre (s) sur le monde

Le concept d'identité culturelle est fondé sur la notion de communauté composée de «nous» communicants, sur celle d'un espace social basé sur la participation à une sorte de conversation commune. Les journaux télévisés donnent à voir, alimentent cette conversation, même si cela n'entraîne pas de facto un partage des valeurs présentées. L'enjeu de cet espace public n'est rien moins que l'expression de la souveraineté populaire (Quéré 1992, 78). C'est pourquoi, dans l'analyse de l'emboîtement entre identité culturelle et identité nationale, l'espace audiovisuel et sa structuration méritent une attention particulière.

3.1 Proximité du public et ouverture sur le monde, ou le défi des télévisions suisses

La réflexion présentée ci-après se base en grandes lignes sur l'étude des journaux télévisés des trois chaînes suisses diffusés le 14 juin 1991, soit à l'occasion de la journée de mobilisation intitulée «grève des femmes» pour le dixième

anniversaire de l'inscription de l'égalité des droits entre hommes et femmes dans la Constitution fédérale (Corboud Fumagalli 1992). Le choix de cette journée est certes arbitraire, mais cet événement représente les avantages d'être à la fois un sujet d'envergure nationale et un thème de débat public. L'analyse s'est limitée à l'information télévisuelle offerte par le service public qui, selon son mandat, se doit d'être le lieu de défense des sujets politiques au sens large du terme. Réfutant l'idée avancée par Gellner (1983) selon laquelle, les médias agissent comme ferment d'une communauté non pas par les contenus véhiculés, mais plutôt par leur pénétration, Schlesinger estime que «les médias doivent plutôt, dans une mesure considérable, assurer le maintien des frontières en matière de communication en fournissant non seulement des styles, mais des contenus nationaux» (Schlesinger 1990, 223). L'analyse du format des téléjournaux suisses, ainsi que celle de leurs contenus, expose ce débat à la lumière des faits.

Au-delà du double phénomène de la fuite de l'audience et de l'importation de programmes, même si le journal télévisé reste le «dernier bastion de l'originalité nationale» (Schlesinger 1990, 223), en Suisse, toute la production de ces informations est marquée par une attirance vers l'étranger. Si l'on se penche sur le contenu de ces téléjournaux, on observe un attrait important des informations internationales et un relatif éclatement des régions en direction des pays voisins de même langue. Une étude comparative des informations étrangères du téléjournal de cinq chaînes du service public en Europe permet de mettre en évidence quelques particularités de la production suisse. Cette analyse des diffuseurs se penche sur le cas de la télévision suisse italienne (TSI) (Agostini et al. 1989). On y constate que la TSI diffuse une proportion plus importante (tant en nombre de comptes rendus qu'en temps de diffusion) de nouvelles relatives à l'étranger que ne le font les trois chaînes de la radiodiffusion italienne, la RAI, et la française Antenne 2. Bien que les pays de la Communauté européenne soient les principaux centres d'intérêt de la TSI, dans l'ensemble les nouvelles de ce «telegiornale» (TG) se réfèrent à un nombre plus élevé de nations que les autres programmes analysés. Parmi les affaires impliquant à la fois la Suisse et un pays étranger, la proximité géographique joue un rôle important et ceci d'autant plus lorsqu'elle est liée à une communauté linguistique. Ainsi, pour la TSI, l'Italie est la nation dont la plus forte proportion d'événements sont relatés dans les actualités en provenance de l'étranger (22.2%).

La notion de proximité linguistique se complète par une attirance vers des événements proches géographiquement. Le local retient l'attention des journalistes lors de la sélection des nouvelles. Dans une situation économique plutôt défavorable, la SSR se trouve devant un paradoxe. Dans l'information

du téléjournal, elle se doit, comme le dit l'un de ses responsables, de «cultiver ce qui fait sa spécificité, c'est-à-dire l'information locale, régionale, tout en restant une télévision ambitieuse pour ne pas être ravalée au rang de télévision régionale». Une télévision à petit budget, opérant sur un territoire limité, peut profiter de son ancrage dans la vie régionale pour connaître son public, répondre à ses attentes, mais la restriction de ses moyens de production la rend toujours plus dépendante d'informations élaborées ailleurs, principalement par des agences internationales. Les sources d'information sont, surtout lorsqu'elles s'accompagnent de matériel technique, très souvent identiques. Reste à savoir si l'image de la réalité tant helvétique qu'internationale transmise aux divers publics suisses, selon leur appartenance linguistique, leur donne accès à un même corpus de connaissance ou, au contraire, accroît l'écart déjà amorcé par la fuite de l'audience.

3.2 Journaux télévisés, communication interrégionale et espace public

Le téléjournal contribue à la communication entre les régions, non par une offre quotidienne de la même image du monde, donnant accès à un corpus d'informations identique, mais plutôt par l'échange de reportages entre studios des différentes régions linguistiques et par un réseau de correspondants. De plus, les différents studios dans lesquels sont élaborées les nouvelles que l'on peut qualifier de nationales, soit Zurich, Genève et Lugano, achètent en commun des films et des documentaires. Il existe ainsi une étroite collaboration quotidienne entre les trois chaînes en ce qui concerne l'acquisition d'images. Le centre de coordination des actualités est chargé des échanges de matériel pour les informations suisses, mais également étrangères, puisque la SSR participe à l'Eurovision News Exchange dans le cadre de l'Union Européenne de Radiodiffusion (voir SSR 90).

Si l'on ne compare que l'édition principale, en termes d'audience, force est de constater que les trois chaînes transmettent une image très différente de l'actualité du jour. Mise à part la chronique sportive et la météo, seuls deux sujets sur une moyenne de 10 (9 à 15 événements relatés) sont traités concurremment par les trois chaînes. Il s'agit de deux informations nationales, l'une étant la grève lancée par les femmes suisses sur l'ensemble du territoire national pour protester contre la faiblesse des changements intervenus depuis l'introduction dans la Constitution fédérale du principe d'égalité entre hommes et femmes, la seconde portant sur la journée consacrée aux relations internationales dans le cadre du 700ème anniversaire de la fondation de la Confédération helvétique. Au-delà de cet accord sur des informations suisses, on ne constate aucun recoupement.

Mais il faut tenir compte d'un développement parfois temporellement différé de l'information tout au long de la journée. Si l'on considère l'ensemble des éditions, on constate qu'au-delà des informations sportives et météorologiques, cinq thèmes retiennent l'attention de l'ensemble des trois chaînes. Il s'agit d'informations économiques et boursières (incluant l'évolution du taux de chômage), un fait divers que constituait l'explosion d'un réservoir de gaz dans la banlieue parisienne, l'information internationale selon laquelle la Suède a déposé une demande d'adhésion à la Communauté européenne et les deux informations suisses évoquées précédemment. Ensuite, certains sujets identiques retiennent l'attention des diffuseurs pris deux à deux. Ainsi, les diffuseurs de langue latine, la TSR et la TSI, montrent le même intérêt pour cinq sujets supplémentaires : la foudre aux USA, la navette Columbia, la mort de l'actrice P. Ashcroft, un rappel historique sur Prague, la protection du Swiss made dans le domaine horloger. La chaîne alémanique (DRS) et la TSI se sont toutes deux intéressées aux implications suisses du chômage, à B. Eltsin et à une conférence internationale sur la protection de l'Arctique. Tout ceci nous révèle que, sur 18 sujets traités par la TSR, 20 par la TSI et 24 par la DRS, seul un cinquième des thèmes autres que des informations de service fut conjointement traité par les trois chaînes du diffuseur national. Il faut admettre que de cette façon, la contribution à l'élaboration d'un corpus de connaissance commun à l'ensemble des résidents suisses est minime. Il existe toutefois davantage de rapprochements entre les informations des diffuseurs lorsque l'on prend ceux-ci deux à deux. En effet, la moitié des sujets traités par le diffuseur de la Suisse francophone (TSR) et italophone (TSI) est identique. Cette similitude d'intérêt se retrouve dans un tiers des thèmes abordés à la fois par les producteurs alémaniques (DRS) et suisses italiens (TSI), ainsi que dans la conception du rôle professionnel des journalistes, comme le montre une analyse succincte du format des téléjournaux des trois chaînes suisses.

Sur le plan thématique, la journée du 14 juin 1991 a retenu très différemment l'attention des trois télévisions nationales. Certes ce verdict se base sur une analyse quantitative du nombre des sujets abordés, mais si l'on tient compte du temps consacré aux différentes nouvelles en cette journée particulière, la grève des femmes mobilisa toutes les rédactions, représentant environ la moitié du temps d'antenne dédié aux informations du jour. Bien que la télévision ne soit de loin pas le meilleur média pour se forger une opinion (pour une discussion sur l'agenda-setting, voir Wolf 1991, 158–163), lors de cette journée particulière, le diffuseur suisse s'est mué en espace public en accordant, sur le plan national, une large place à un thème de société, à savoir l'égalité des droits entre hommes et femmes. Parallèlement, le diffuseur de service public exerce aussi une fonction d'intégration à l'échelle de la région linguistique, puisque

chaque chaîne se fait le porte-parole d'une région somme tout composite, si l'on songe aux découpages cantonaux et à la diversité de ces entités.

4. Format des téléjournaux des trois régions linguistiques

L'identité d'image d'un produit informatif est devenue très importante dans la confrontation entre les chaînes privées et le service public. Avant l'introduction du duopole dans certains pays voisins de la Suisse, on avait une logique de production conforme à des critères relatifs au produit informatif. Maintenant, toute création audiovisuelle est conçue en fonction d'une audience potentielle. L'information fonctionne selon une logique orientée vers le consommateur (Grandi 1988). La Suisse, au moment de l'enquête, n'était pas confrontée à ce type de concurrence à l'intérieur de ses frontières, mais chaque diffuseur, étant largement influencé par la situation extérieure à l'espace national, recourait, à des degrés divers, à des pratiques impliquant le public.

Malgré des contraintes semblables, les diffuseurs, selon leur appartenance linguistique, se rattachent à des cultures professionnelles différentes. La diversité se note dans le choix des événements traités et dans leur présentation. Si l'on s'en tient à l'aspect formel des nouvelles, à la «mise en page» des téléjournaux suisses, on peut y voir quelques caractéristiques traduisant une appartenance des journalistes des différentes régions à une culture professionnelle influencée par l'origine linguistique.

Ainsi, dans la façon de concevoir le rôle du présentateur et la place accordée au journaliste-reporter, il existe des différences notables entre les téléjournaux des trois régions linguistiques suisses. Les éditions de la Suisse alémanique témoignent d'une culture professionnelle dans laquelle le reporter est une figure centrale dans le déroulement des nouvelles télévisées. Une large utilisation d'un style cadencé dans les nouvelles et un recours fréquent à des moyens techniques pour faciliter la compréhension des informations, font également partie de cette conception des nouvelles. Par exemple, une grande clarté se dégage des titres dans lesquels, après mention du jour et de l'heure de l'édition, les informations considérées comme principales sont brièvement présentées en images avec surimpression du titre et commentaire en voix off (narrateur en dehors du champs de la caméra). Cette présence de la voix off symbolisant un reporter anonyme, accompagne la totalité des sujets. Ceux-ci sont traités comme des entités entièrement autonomes, le présentateur n'intervenant que dans un tiers des séquences. Son intervention porte sur l'annonce des rubriques (mais uniquement à deux reprises sur un téléjournal

d'une demi-heure), mettant ainsi l'accent sur la structure du téléjournal et non sur le lien sémantique entre les différents sujets traités. De nombreuses séquences des informations suisses alémaniques ont une construction similaire et une durée égale. Ceci se retrouve surtout parmi «les brèves», dans lesquelles on trouve particulièrement des sujets internationaux, ne donnant lieu à aucune contextualisation.

Dans le modèle dominant en Suisse romande, la fonction de contrôle du flux éditorial est totalement entre les mains du présentateur qui invite à une lecture précise des informations et maintient un contrôle éditorial par une apparition plus fréquente à l'écran, par son action d'annonce, de résumé, de relance de la séquence successive. Sa fonction méta-énonciatrice prend davantage d'importance. Cette attitude n'est certes pas exploitée de la même manière par chacun. On notera que, le 14 juin 1992, ce rôle de lien entre l'information et le public est particulièrement développé dans le journal télévisé de la mi-journée de la TSR, suivant ainsi une tendance développée par ses principales rivales, les chaînes françaises.

Le contour du modèle de Suisse italienne est moins net; il emprunte des caractéristiques aux deux autres groupes. Sur les deux chaînes latines (TSR et TSI), les présentateurs interviennent dans la totalité (TSR), ou quasi totalité (8/9 pour la TSI), des sujets pour contextualiser l'événement, faire le lien entre les séquences, annoncer les reportages et leurs auteurs. Ils servent ainsi d'éléments conjoncteurs entre des informations indépendantes du point de vue du sens.

Les chaînes latines – la TSR de façon plus marquée –, de par l'importance accordée au présentateur et à son rôle d'intermédiaire entre l'information et l'auditoire, ont opté pour une conception de format orienté vers le consommateur, ou en tous cas s'acheminent sur cette voie. En dehors de l'édition principale, la chaîne tessinoise a une façon relativement statique de concevoir les nouvelles. Il faut dire que les moyens réduits dont elle dispose restreignent le nombre de journalistes pouvant intervenir dans les informations. Lorsqu'elle parvient à réaliser une interview dans ses propres studios, elle ne perd pas l'occasion de le souligner. Cette dernière constatation apporterait de l'eau au moulin de Collins, Garnham et Locksley (1988), selon lesquels tout choix dans la production de l'information, ou presque tout, s'explique par des raisons économiques et d'organisation de l'entreprise médiatique.

Standardisation, voilà un terme qui apparaît à maintes reprises dans une littérature sur les médias et sur l'impérialisme culturel (Schiller 1985; Tunstall 1977). Certes, il existe des standards internationaux dans l'élaboration des programmes d'information. L'internationalisation des flux de programmes contribue en partie au développement d'un modèle panculturel de l'information,

avec une référence à un style anglo-saxon de production des nouvelles (Boyd-Barret 1980; Tunstall 1977). On a prétendu que les composantes visuelles étaient à tel point standardisées qu'elles en étaient interchangeables (Tuchman 1978). Toutefois, cette tendance est loin de s'affirmer universellement. Il suffit de se pencher sur le format de présentation des nouvelles de différents diffuseurs, sur l'articulation entre les différents rôles journalistiques, pour vérifier que la façon de s'adresser au public, la relation établie entre les aspects verbaux et visuels des informations, traduisent une appartenance culturelle (Robinson 1987). Même si le matériel audiovisuel est souvent analogue sur les différentes chaînes, en raison de son caractère polysémique, il nécessite, comme l'explique Robinson, le recours à un processus narratif faisant appel à une introduction et une conclusion, s'exprimant au travers d'un rituel, d'une gestuelle, ce qui permet d'accueillir le téléspectateur et d'en prendre congé. La relation entre le texte des nouvelles et sa mise en scène varie selon la culture journalistique à laquelle appartient le présentateur de l'émission.

L'analyse des téléjournaux suisses et l'observation du travail d'édition des nouvelles (editing) ont mis en exergue le fait que les chaînes de télévision sont de plus en plus dépendantes d'un matériel audiovisuel pour la plupart identique. Dans le cas des sources, en raison d'exigences financières, un petit diffuseur comme la SSR est confronté à un problème de standardisation de l'information. Le recours à un matériel audiovisuel élaboré par d'autres diffuseurs ou par des agences, de même que la nécessité d'échanger des images entre les différents partenaires de la SSR, impose certaines contraintes. Par exemple, le matériel vidéo est la plupart du temps conçu comme un film dans lequel on voit des acteurs mais dont on n'aperçoit pas le narrateur. Le commentaire n'étant pas contemporain à l'événement, ce type d'insertions filmées constitue une activité «historiographique» ou de chronique (Grandi 1988). Le plurilinguisme empêche bien souvent une véritable impression de contemporanéité entre le reflet filmé et les interventions des acteurs, en raison de la nécessité de recourir fréquemment à la traduction en post-synchronisation qui permet de substituer le commentaire original par un autre dans la langue du diffuseur.

La contextualisation de l'événement est l'un des éléments facilitant l'interprétation des informations de la part du public. S'il n'y avait pas une intervention du présentateur, le téléjournal ne fournirait chaque jour que son lot de nouvelles fraîches racontant une histoire à partir d'un temps 0 (Schlesinger 1987). Comme le dit Schlesinger, les nouvelles ne sont pas l'Histoire. Il s'agit en fait toujours des développements d'actualité, des nouvelles du jour. Sans contextualisation, le sens de ces sujets serait fortement réduit. Mais cette intervention a des effets inattendus. Selon certains résultats empiriques de recherche (Dahlgren 1992), la médiation du présentateur joue un rôle démotivant

en ce qui concerne un engagement du récepteur dans de petites sphères publiques, et promeut une non-intervention dans le monde socio-politique (Dahlgren 1981, 297). Le façonnement d'une opinion et l'activité politique qui pourraient s'ensuivre, sont plus activement requises de la part du public lorsque celui-ci se trouve face à une pluralité de discours, une subjectivité collective, qui seraient le fait de la présence de plusieurs narrateurs, de différents reporters et commentateurs (Dahlgren 1981, 294). L'opinion issue des propos du présentateur semble «prête à l'emploi» et donne au téléspectateur l'impression que son activité de téléspectateur actif est synonyme d'engagement politique.

5. Conclusion

L'analyse des informations des trois chaînes suisses de télévision, malgré l'appartenance à un organisme commun et la dépendance d'un matériel audiovisuel identique, met en évidence une conception différente du format des informations télévisuelles et ceci même après avoir connu une longue période de cohabitation dans les studios zurichois où le téléjournal fut élaboré à destination des trois régions linguistiques. Les téléspectateurs suisses des trois régions linguistiques ont accès à un corpus d'information somme toute plutôt dissemblable. Lorsque l'intérêt des trois diffuseurs se focalise sur des sujets identiques, tous trois recourent à un même matériel audiovisuel. Toutefois, les modalités de lecture de l'information suggérées par le présentateur sont différentes. Le rôle du diffuseur national est ainsi ambigu. En tentant de se rapprocher de l'auditoire de son unité linguistique, chaque programme ne contribue pas à lier les différentes parties du territoire national. Certes, un pont entre les régions linguistiques, une meilleure connaissance de la réalité de l'ensemble du territoire national, peuvent aussi s'exprimer par la place accordée aux événements ayant pour cadre une autre partie du pays que sa propre région linguistique. Comme cela apparaît dans les comptes rendus de la semaine analysée en 1986, le diffuseur national attribue tout de même une place importance à des sujets économiques, quel que soit le lieu dont est issue l'information. Ces comptes rendus ont une fonction instrumentale; leur traitement met en évidence les implications d'une telle information sur la vie quotidienne. Un développement de l'information, une mise en perspective d'une nouvelle et de ses répercussions sur le plan national, seraient souhaités par certains membres des rédactions des téléjournaux suisses, mais, comme le dit un éditeur du téléjournal romand, «on n'a pas les moyens de nos ambitions». Il faut faire des choix éditoriaux. Cependant, en attirant l'attention de l'auditoire sur le développement de l'actualité régionale, «le journal télévisé commet peut-être une erreur et prend les gens pour ce qu'ils ne sont pas».

Mais qu'attend ce récepteur ? Certes, le public ne peut réagir qu'en fonction de ce qu'on lui propose, et c'est en cela que les producteurs des médias ont une large responsabilité. Même si la télévision n'est pas le meilleur moyen de transmettre de l'information, son rôle est toutefois central dans la «fabrication du sens», dans le développement d'un sentiment d'appartenance, surtout par la transmission d'un programme reconnaissable (format, rituel) (Dahlgren 1988, 289).

Les résultats d'études empiriques, principalement à partir des informations de diffuseurs en Suisse romande, montrent que la participation de la radiodiffusion au processus d'intégration nationale procède par emboîtements. L'identité promue par les différents diffuseurs, privés ou publics, se construit selon un schéma à plusieurs échelons. Celui-ci ne recouvre toutefois pas la totalité des espaces. Le reflet du monde et de la réalité helvétique présentés dans les médias audiovisuels est dissemblable selon la région linguistique. La communication entre les différentes parties du territoire national est ainsi faiblement développée.

Le régionalisation des médias, tant dans leur organisation que dans leurs contenus, est un processus dynamique. Or, dans ces lignes, la contribution de l'audiovisuel à la formation des références spatiales est décrite sur le court terme et de façon plutôt statique. Toutefois, dans une perspective historique (Corboud Fumagalli 1991a), la représentation plus diversifiée du proche environnement aux dépens d'une information d'autres espaces tend à se vérifier. La faiblesse du regard porté sur l'actualité des autres régions linguistiques, le nombre très restreint de téléspectateurs ayant la curiosité d'écouter le programme destiné aux «autres», la conception différente des rôles professionnels des journalistes de l'audiovisuel, sont autant d'éléments engendrant un repli des spectateurs sur leur région linguistique. Comme la dimension symbolique de l'identité est essentielle dans la formation d'une conscience engendrant l'action (Schlesinger 1990, 216), on peut s'interroger sur les implications d'une telle «myopie» de l'information. La radiodiffusion, et particulièrement celle de service public, se doit de défendre une identité plurielle au sens d'une imbrication des espaces de références allant du local à l'international, ce qu'elle fait amplement, mais sans oublier l'ensemble national. Quel défi !

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Agostini A., Fenati B., Wolf M. (1989), *Fatti nostri e fatti loro, le notizie dall'estero nei telegiornali francesi svizzeri e italiani*, Rai, coll. VQPT, no 89, Torino.

Alger C. F. (1988), *Perceiving, analysing and copying with the local-global nexus*, International Social Science Journal, 117, 321–340.

Anderson Benedict (1983), *Imagined Communities : Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Verso, London.

Ang Ien (1990), Culture and Communication : Towards an Ethnographic Critique of Media Consumption in the Transnational Media System, *European Journal of Communication*, 5, 239–260.

Ang Ien (1992), Culture et communication. Pour une critique ethnographique de la consommation des médias, *Hermès*, 11–12, 75–93.

Boyd-Barrett Oliver (1980), *The international news agencies*, Constable, London.

Bonfadelli Heinz, Meier Werner A., Schanne Michael (1988), Auswirkungen transnationaler Kommunikationsstrukturen auf die schweizerische Medienkultur : eine Problemskizze, *Revue suisse de sociologie*, 2, 225–246.

Burgelmann Jean-Claude (1986), The future of public service broadcasting : a case study for a «new» communications policy, *European Journal of Communication*, 1 (2), 173–201.

Collins Richard, Garnham Nicholas, Locksley Gareth (1988), *The Economics of Television. The UK Case*, Sage Publications, London.

Collins Richard (1991), National culture : a contradiction in terms ? *Canadian Journal of Communication*, 16 (2), 225–238.

Corboud Fumagalli Adrienne (1991 a), *Information et régionalisation. 30 ans d'évolution des médias sur la Riviera lémanique et dans le Chablais (1960–1990)*, Editions Universitaires, Fribourg.

Corboud Fumagalli Adrienne (1991 b), *Le rôle de l'information dans la régionalisation de la Suisse romande. L'espace des conquérants. 30 ans d'évolution des médias sur la Riviera lémanique et dans le Chablais*, Programme national de recherche 21, Pluralisme culturel et identité nationale, série : résumés des projets, Bâle.

Corboud Fumagalli Adrienne (1992), *Communication interculturelle en Suisse : l'audiovisuel et les journalistes. Problématique et cadre de recherche*, Rapport de recherche non-publié adressé à la Commission locale du FNRS, Université de Fribourg.

Dahlgren Peter (1981), TV news as a social relation, *Media, Culture and Society*, 3, 291–302.

Dahlgren Peter (1988), What's the meaning of this ? Viewers'plural sense-making of TV news, *Media, Culture and Society*, 10, 285–301.

Dahlgren Peter (1992), Television as catalyst, *Hermès* 11–12, 177–190.

Desaulniers Jean-Pierre (1985), Television and Nationalism : From Culture to Communication, in Drummond Philip, Patterson Richard, Ed., *Television in Transition*, British Film Institute, London.

Gellner Ernest (1983), *Nations and Nationalism*, Blackwell, Oxford.

Golding Peter (1990), Political Communication and Citizenship : The Media and Democracy in an Inegalitarian Social Order, in Ferguson Marjorie (ed) (1990), *Public Communication : The new Imperatives : Future Directions for Media Research*, Sage, London, 84–100.

Garnham Nicholas (1993), The Mass Media, Cultural Identity, and the Public Sphere in the Modern World, *Public Culture*, 5, 251–265.

Grandi Roberto (a cura di) (1988), *TG, fatti così. Analisi del formato dei telegiornali*, Edizioni RAI radiotelevisione italiana, VQPT/ERI, Torino.

Habermas Jürgen (1992), «L'espace public», 30 ans après, *Quaderni*, 18, 161–191.

Jensen Klaus Bruhn (1990), The politics of polisemy : television news, everyday consciousness and political action, *Media, Culture and Society*, 12, 57–77.

Quéré Louis (1992), L'espace public : de la théorie politique à la métathéorie sociologique, *Quaderni*, 18, 75–91.

Levitt Theodore (1983), The Globalization of Markets, *Harvard Business Review*, May/June.

Müller J. P. (1986), *Commentaire de la Constitution fédérale de la Confédération suisse*, Bâle, Zurich, Berne.

Rabaté François (1987), La production «locale» de l'audiovisuel, *Espaces et sociétés*, 50, 23–68.

Robinson Gertrude J. (1987), Visuelle Präsentationsformen. Ein Vergleich zwischen frankophonen und anglophonen Programmen in Kanada, in Grewe-Partsch M., Groebel J. Hrsg., *Mensch und Medien*, K. G. Saur, München.

Schiller Herbert I. (1985), Electronic Information Flows : New Basis for Global Domination ?, in Drummond Philip, Patterson Richard, Ed., *Television in Transition*, British Film Institute, London.

Schlesinger Philip (1987), *Putting Reality together : BBC News*, Methuen, London and New York, (2nd edition).

Schlesinger Philip (1988), L'identité culturelle européenne : au-delà du slogan, *Médiaspouvoirs*, 12, 54–63.

Schlesinger Philip (1990), L'identité nationale. De l'incantation à l'analyse, *Hermès* 8–9, 201–239.

Schlesinger Philip (1991), *Media, State and Nation. Political Violence and Collective Identities*, Sage, London.

SSR, *Annuaire de la Société suisse de radiodiffusion et télévision*, Berne.

SRG, Schweizerische Radio und Fernsehgesellschaft (1992), *Zahlen, Daten, Fakten*, Bern.

SRG Forschungsdienst (1992), *Die Informationssendungen des schweizerischen Fernsehens in den Augen ihres Publikums* Bern.

Saxer Ulrich (1989), *Les radios locales en Suisse, Rapport final concernant l'étude des essais locaux de radiodiffusion 1983–1988*, Groupe de travail pour l'étude de la phase d'essai OER, séminaire pour la science des médias, Université de Zurich, DG DFTCE, Berne.

Torracinta Claude (1989), Télévision et identité, in Seiler D.-L., Knüsel R., Ed., *Vous avez dit Suisse romande ? Une identité contestée : 29 personnalités s'interrogent*, Editions 24 heures, Lausanne, 123–139.

Tuchman Gaye (1978), *Making News. A Study in the Construction of Reality*, the Free Press, New York.

Tunstall Jeremy (1977), *The Media are American*, Constable, London.

Varis Tapio (1985), International Flow of Television Programmes, *Reports and Papers on Mass Communication*, no. 100, UNESCO, Paris.

Varis Tapio (1988), Trends in International television Flow, in Schneider C, Wallis B, Ed., *Global Television* Wedge Press and Cambridge MA : MIT Press, New-York, 95–107.

Wolf Mauro (1991), *Teorie delle communicazioni di massa*, Bompiani, coll. Strumenti Bompiani, Milano.

Wolton Dominique (1990), *L'éloge du grand public : une théorie critique de la télévision*, Flammarion (2ème édition), Paris.

Adresse de l'auteur :
Adrienne Corboud Fumagalli
Institut de Journalisme et des Communications sociales,
Université de Fribourg, CH–1700 Fribourg

Hermann Fahrenkrug, Jürgen Rehm, Richard Müller, Harald Klingemann, Régine Linder

NEU ERSCHEINUNG

Illegale Drogen in der Schweiz 1990-1993

Die Situation in den Kantonen und der Schweiz

ISBN 3-908239-26-5, ca. 240 Seiten, DM 27.70/Fr. 24.–/ÖS 184.–

Im Auftrag und unter Leitung des Bundesamtes für Gesundheitswesen ist ein Bericht entstanden, der auf komplexe Fragen Antwort zu geben versucht. Die behandelten Themen sind: Konsumformen und Verbreitung, soziale Lage der Konsument/-innen, Prävention und Drogenhilfe, Therapie und Betreuung, Polizei und Recht, Drogenpolitik. Das Buch enthält zudem einen Überblick über die Situation in verschiedenen europäischen Ländern sowie die in einem Positionspapier zusammengefasste "Haltung des Bundesrates zu den aktuellen Drogenfragen".

Robert Fluder

NEU ERSCHEINUNG

Interessenorganisationen und kollektive Arbeitsbeziehungen im öffentlichen Dienst der Schweiz

Entstehung, Mitgliedschaft, Organisation und Politik der Verbände seit 1940

ISBN 3-908239-23-0, ca. 540 Seiten, DM 81.90/Fr. 68.–/ÖS 544.–

Mit diesem Buch liegt erstmals eine umfassende Studie mit detaillierten Informationen zu den Verbänden und den kollektiven Arbeitsbeziehungen im öffentlichen Dienst der Schweiz vor. Die Herausbildung und die frühe Entwicklung der Interessenorganisationen der Arbeitnehmer/-innen sind in einem Überblick nachgezeichnet. Die Beschreibung der Mitgliedschaften, der Binnenstrukturen und des Handelns der Verbände basiert auf quantitativen Indikatoren sowie auf Informationen aus zahlreichen Interviews mit Verbandsfunktionären.

Kurt Imhof, Heinz Kleger, Gaetano Romano (Hrsg.)

NEU ERSCHEINUNG

Krise und sozialer Wandel

Band 2: Konkordanz und Kalter Krieg.
Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der Zwischen- und Nachkriegszeit
ISBN 3-908239-29-X, ca. 320 Seiten, DM 50.60 /Fr. 42.–/ÖS 336.–

Der Band führt anhand einer Analyse von Zeitungsartikeln durch die Geschichte der Schweiz der Zwischen- und Nachkriegszeit. Die Schweiz durchläuft in diesem Zeitraum eine Entwicklung, die von der Krise der 30er Jahre über die "geistige Landesverteidigung", die "Nachkriegsdebatte" zum "Ost-West-Dualismus" führt. In der Schweiz des frühen Kalten Krieges wird dann jener antikommunistische Basiskonsens gesichert, den die beispiellose Wachstumsphase der 50er Jahre zur Voraussetzung hat.

Dominique Wisler

NEU ERSCHEINUNG

Drei Gruppen der neuen Linken auf der Suche nach der Revolution

ISBN 3-908239-25-7, ca. 180 Seiten, DM33.75/Fr. 28.–/ÖS 224.–

Die spannende, aber wenig bekannte Geschichte der radikalen Organisationen der extremen Linken in der Schweiz wird aufgrund der Fichen der Bundesanwaltschaft sowie zahlreicher Interviews aufgerollt. Ereignisse wie die Globuskrawalle, die Aufnahme von Kontakten zu den Roten Brigaden und der RAF, oder die Vorbereitungen auf den bewaffneten Kampf kennzeichnen die im Buch dargestellten Jahre.

Seismo Verlag · Rämistrasse 69 · PO. Box 313 · CH-8028 Zürich
Telefon ++41 1 261 10 94