

Pourquoi votre TV locale est muette

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): - **(1980)**

Heft 558

PDF erstellt am: **19.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1022517>

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.

Pourquoi votre TV locale est muette

On ne le dira jamais assez: l'approche économique d'un problème a quelque chose de sain, qui désinhibe et dessoude à la fois. La perversion intervient quand on en reste à une approche primitivement matérielle; mais en elle-même la perception des rapports de force décrits par les économistes peut faire prendre conscience de faits et d'interdépendances auparavant dissimulés par le discours idéologique. Il suffit de penser aux apports, récents mais déjà précieux, de l'économie dans les secteurs de la santé et de l'éducation.

C'est désormais le tour de la culture, ou plus précisément des industries culturelles, sur lesquelles plusieurs études récentes ont livré des informations nouvelles¹. Dans le genre, l'ouvrage de Patrice Flichy, intitulé *Les industries de l'imaginaire — pour une analyse économique des médias*² fera date, par l'impassibilité de ses constats, et aussi par l'attention minutieuse qu'il voue à la réalité des chiffres, des organigrammes et des contrats. Dans l'audiovisuel comme ailleurs, business is business, — n'en déplaise à M. McLuhan perdu dans sa galaxie.

Il y a tout dans le livre de Flichy: les origines (américaines bien sûr) de la publicité à la radio, la courbe des ventes mensuelles de Tino Rossi, les comptes des majors companies d'Hollywood, le taux de rentabilité de RTL, les luttes pour le monopole du tube-couleur, les marges bénéficiaires dans les surfaces sensibles, la campagne-éclair des Japonais dans le matériel hi-fi, etc.

¹ Voir notamment Armel Huet e.a.: *Capitalisme et industries culturelles* (Grenoble, 1978) ou Armand et Michèle Mattelart: *De l'usage des médias en temps de crise* (Paris, 1979). Sans oublier le n° 18 (avril 1979) de la revue *Autrement*, intitulé «La culture et ses clients».

² Presses universitaires de Grenoble (Institut national de l'audiovisuel), 1980, 277 p. Fr.s. 23.20 pour ceux qui n'ont ni le temps ni l'occasion de courir les librairies françaises.

Très intéressant aussi, le chapitre sur «Les deux cents familles de l'audiovisuel». Superbe de retrouver, à tous les coins du marché et des finances, les groupes Philips et ITT, princes de toutes les électroniques (ci-contre l'organigramme de Philips).

Les conclusions de Patrice Flichy s'accrochent comme le reste à la vraie réalité, laquelle n'incite guère à un optimisme délirant: la révolution de l'audio-visuel n'a pas eu lieu, le vidéo-disque joue l'Arlésienne, la vidéo conviviale est demeurée un rêve. Ni la télédistribution ni le super-8 n'ont pu

établir une communication active, mais ils ont efficacement augmenté la diffusion des media de masse. Et voilà pourquoi votre télé locale demeure muette, alors que s'épanouissent Philips, Sony, Warner, CBS et autres Europe 1.

Plutôt que d'un questionnaire pas très honnêtement formulé et d'une liasse de documents non traduits en français, c'est de l'ouvrage de Flichy que M. Schlumpf aurait dû accompagner sa lettre aux «milieux intéressés» concernant la demande de concession de Tel-Sat.

LES TENTACULES DE PHILIPS

