Editorial

Autor(en): **Baumann, Alice**

Objekttyp: **Preface**

Zeitschrift: **Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger**

Band (Jahr): **25 (1998)**

Heft 3

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

SOMMAIRE

Forum
La presse en mutation 4–7

Fonds-Info 8

Pages officielles 9/10

Histoire
La presse suisse pendant la 2e Guerre mondiale 11

Politique
Rapport de la Commission Brunner 12

TV News
Les programmes de la SSR distribués dans toute l'Europe 13

Scrutin
Résultats des votations fédérales du 7 juin 1998 14/15

Mosaïque 16/17

Ping-Pong
Trois Suisses de l'étranger débatent de la Suisse 18

SSE-Info 19

Page de couverture
De plus en plus de journaux et périodiques, la radio et la télévision suisses abordent les mêmes sujets d'une manière identique. Quel bonheur lorsque l'un d'eux fait preuve d'originalité!
(Caricature: Heinz «Pfuschi» Pfister)

IMPRESSUM

La Revue Suisse, qui est destinée aux Suisses de l'étranger, paraît pour la 25e année en allemand, français, italien, anglais et espagnol, en plus de 20 éditions régionales, avec un tirage total de plus de 320 000 exemplaires. Les nouvelles régionales paraissent quatre fois par an.

Rédaction: **René Lenzin** (RL), Secrétariat des Suisses de l'étranger (responsable); **Alice Baumann** (AB), Bureau de presse Alice Baumann Conception; **Pierre-André Tschanz** (PAT), Radio Suisse Internationale; **Robert Nyffeler** (NYF), rédacteur des communications officielles, Service des Suisses de l'étranger, DFAE, CH-3003 Berne. Traduction: Marie-Hélène Zurkinden.

Editeur/Siège de la rédaction/Publicité: Secrétariat des Suisses de l'étranger, Alpenstrasse 26, CH-3000 Berne 16, tél. +41 31 351 61 00, fax +41 31 351 61 50, CCP 30-6768-9. Impression: Buri Druck AG, CH-3084 Wabern. Changement d'adresse: prière de communiquer votre nouvelle adresse à votre ambassade ou à votre consulat; n'écrivez pas à Berne. Merci.

Internet: http://www.revue.ch

N° 3/98 (26.06.1998)

« Mon premier rédacteur en chef était simultanément éditeur et, plus tard, également président de la première radio locale du lieu. Lorsqu'il s'agissait d'écrire l'éditorial concernant des élections ou des votations, il imposait son opinion, même contre tous. Nous, jeunes de la rédaction, trouvions cela scandaleux.

Dix-sept ans plus tard, plus personne ne se formalise d'une telle concentration de pouvoir. L'autocensure joue aujourd'hui avant même la discussion. Mon rédacteur en chef, maintenant retraité, serait à présent mis en minorité non par les membres de la rédaction, mais par les annonceurs.

La plupart des médias de Suisse appartiennent aujourd'hui à sept grands groupes dont le chiffre d'affaires varie entre 300 millions et deux milliards de francs. Quelques stratèges en marketing déterminent la position de nombreuses rédactions. Leur objectif est la maximalisation des bénéfices.

En 1997, seize journaux et périodiques ont été pris dans le tourbillon et ont coulé. L'effondrement des annonces leur a été fatal. D'autres tentent de se maintenir tant bien que mal ou ont dû accepter l'appui d'autres maisons d'édition. Ces processus, qui s'apparentent à des fusions, sont joliment baptisés coopérations. Le «Bund» de Berne, jadis quotidien de rayonnement national, aujourd'hui tenu à bout de bras par la «Neue Zürcher Zeitung», tient lieu d'exemple.

En Suisse romande a disparu, après sept ans seulement, l'impertinent «Nouveau Quotidien», lu également en Suisse alémanique, tout comme le plus sérieux «Journal de Genève». Leur qualité n'est pas en cause, mais leur manque de rentabilité. Le temps dira si le produit de leur fusion, «Le Temps», atteindra le tirage de 50 000 exemplaires nécessaire pour un quotidien romand d'audience nationale.

L'absorption des petits par les grands, normal dans le monde économique, nuit grandement à la qualité dans les médias. La disparition de la concurrence entraîne la disparition de l'émulation entre rédactions; les journaux perdent de leur identité et deviennent ennuyeux. Les monopoles dans les domaines de la presse et des médias électroniques laissent des traces dans l'esprit des journalistes: formellement autonomes, mais non plus indépendants, ils ont perdu leur passion et sombré dans la résignation. On n'attend plus d'eux des prestations toujours meilleures, mais des articles sur la vie qui plaisent au plus grand nombre, sans coup de griffe. Au lieu de dévoiler ou d'expliquer, comme le commande leur devoir de journaliste, ils écrivent des informations à consommer.

Qui paie, commande: de plus en plus d'annonceurs veulent avoir un droit de regard sur le contenu du journal avant sa parution et jouent de la menace de boycott. Ils ne veulent pas voir leur publicité à côté d'informations déprimantes.

Cette chasse à la manne publicitaire et aux marchés des lecteurs est assortie de l'uniformisation de l'information: de plus en plus de médias relatent les mêmes choses. Les points de vue originaux, les demi-tons et les analyses disparaissent des colonnes et émissions.

Quand le commerce triomphe, le peuple trinque, car les médias sont un instrument indispensable à la démocratie. »

Alice Baumann