Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1974)
Heft: 273

Artikel: La confiance règne
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1026504

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: 09.07.2025

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

niers, le problème des enfants espagnols à l'école suisse, la sécurité sociale et les travailleurs clandestins, les droits civiques des immigrés, préoccupations qui font du reste le gros de la réflexion actuelle menée dans les journaux de l'union, « El Obrero Espagnol », organe de la fédération suisse, publié à Genève, et « Boletin de la UGT », organe de la centrale, qui sort de presse à Toulouse.

---

6. Réforme des systèmes législatifs, dans le sens de l'assurance de garanties réelles pour un séjour volontaire des émigrés, qui fassent cesser leur soumission à des situations arbitraires autorisant leur expulsion sans justification.

7. Reconnaissance de tous les droits que les constitutions respectives octroient aux nationaux.

8. Protection expresse des émigrés dans leurs activités syndicales ou politiques au pays où ils travaillent, contre les représailles des autorités du pays d'origine.

9. Développement des moyens de communication sociale en langues vernaculaires, permettant une information réelle et complète et une formation pleine, non manipulée sous quelque aspect que ce soit.

10. L'UGT cherchera à exercer une influence parmi les organismes syndicaux internationaux pour que, dans les pays où les capitalistes ont besoin de main-d'œuvre espagnole, les syndicats exigent du patronat la revision des contrats de travail signés par les ouvriers pour une année (première année de séjour au pays qui les appelle), car ces contrats les laissent à plusieurs égards à la merci des intérêts du capitalisme. Les syndicats de ces pays devraient intervenir dans la formulation de ces contrats, et l'UGT sollicitera d'eux cette intervention. »

La confiance règne

Inadvertance ? ras-le-bol ? prémisses de tensions futures ? L'Association suisse des annonceurs (ASA) clame qu'elle en a assez. Assez des impertinences de la presse, assez du manque d'« objectivité » des journaux, assez de ces journalistes qui se permettent d'avoir une opinion sur ceux qui, directement ou indirectement, soutiennent leurs employeurs.
C'est ce qu'a déclaré M. H. Langhard, président de l'ASA, lors de la dernière assemblée générale de l'association : « un malaise subsiste dans les relations entre l'annonceur d'une part, l'éditeur et le rédacteur d'autre part ».

Frustration et partialité

Il vaut la peine de citer ici le compte rendu de cette intervention, telle que la donne l'Agence télégraphique suisse répercutée par le « Journal de Genève » (18-19 mai 1974) :
« Une certaine frustration est ressentie par les journalistes et rédacteurs, qui dépendent indirectement de l'annonceur, du moins lorsqu'il s'agit de rapports concernant des organisations d'annonceurs.
» M. Langhard a d'autre part relevé qu'il arrive de plus en plus souvent que des affirmations douteuses, parce que rédigées avec partialité, soient publiées et portent préjudice à une branche ou à un entrepreneur.

La loi de l'argent

» L'annonceur, vu sa force économique, doit bien sûr assurer l'existence de la presse d'opinion, sans entraver la liberté rédactionnelle du journal. Il serait cependant injuste d'exiger de lui qu'il avale tout ce qu'une rédaction peut publier sur sa branche, son entreprise ou la libre entreprise et qu'il finance une hostilité sinon marquée, du moins sous-jacente aux entrepreneurs.
» Si l'on exige que l'annonceur soit conscient des exigences de la presse, l'objectivité face à l'entrepreneur devrait, en revanche, être une préoccupation primordiale des journalistes.
» Selon M. Langhard, le danger de dépendre « d'idéologues qui veulent étatiser l'économie », est encore plus grand que celui de dépendre des annonceurs. Partout dans le monde, la liberté de la presse est organisée en fonction de l'économie privée et non de l'Etat. »
Voilà qui est clair, plus clair en tout cas que les assurances fournies traditionnellement sur l'existence d'une espèce de zone démilitarisée entre les annonceurs et le camp rédactionnel (allant dans l'esprit de l'orateur, et c'est significatif, des « éditeurs » aux « rédacteurs »). La publicité, il est vrai, est nécessaire aujourd'hui à la survie des journaux. De là à vouloir monnayer politiquement ce « soutien », de là à dresser la liste des journaux méritant la manne publicitaire, et à boycotter les publications rebelles à l'ordre patronal, il n'y a qu'un pas, qui semble infranchissable, à moins de miner la crédibilité de la presse.

Un coup de semonce

Le président de l'ASA prend sans sourciller ce risque : sa profession de foi dans l'importance de la « liberté rédactionnelle » ne peut tromper personne, si par ailleurs les annonceurs s'arrogent le droit de fixer les normes de la « partialité » et de l'« objectivité » en matière journalistique. La semonce sera ressentie d'autant plus durement dans les entreprises de presse que le marché publicitaire est de plus en plus difficile. Et quoi qu'il arrive, même si ces menaces ne sont pas mises à exécution, il en restera toujours quelque chose pour ceux des journaux dont l'existence n'est pas assurée.
Jusqu'ici la publicité allait aux journaux en fonction de leur impact sur le public, les éditeurs devront-ils dorénavant montrer patte blanche politique pour pouvoir poursuivre leur travail ?