Un mot vient aussitôt à l'esprit: austérité. Quel avenir?

Autor(en): **Gross, François**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **31 (1994)**

Heft 1183: **Passions**

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1009568

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

Un mot vient aussitôt à l'esprit: austérité. Quel avenir ?

François Gross

Un mot vient aussitôt à l'esprit: austérité. Plus calviniste que *Domaine public*, on ne trouve pas sur le marché. Sobriété graphique; typographie spartiate; titres qui s'en voudraient d'être accrocheurs et cachent plus qu'ils ne dévoilent le contenu de l'article; volonté commune d'écrire à voix presque chuchotée. Pour le beau style, passez votre chemin; ici, il n'y a presque rien à voir. Tout est braqué sur la qualité de la réflexion, sur son originalité. *Domaine public* ou le sacrifice, consenti, à l'essentiel. Et c'est bien ainsi.

Personne, jusqu'à maintenant, ne s'est avisé de calculer les sommes englouties, par des publications qui en ont à peine les moyens, dans les artifices d'une présentation qualifiée d'attractive par ceux qui l'ont conçue ou, tout au moins, copiée. Des feuilles régionales ont, de la sorte, compensé l'inanité de leur contenu par l'abondance chatoyante de l'illustration. Poids de la télévision: on «poussera» à la «une» un sujet d'importance mineure mais pour lequel on tient une photographie quadrichromique et l'on reléguera à l'intérieur une information civiquement significative mais ne se prêtant pas à l'image. Innocente dérive tenant aux modes ? On tente de nous le faire croire. La couleur est, avant tout, un appel du pied à l'annonceur. Voici, lui montre-t-on, ce que les machines et les machins de l'imprimerie Chose sont en mesure de réaliser: profitez-en !

Là encore, *Domaine public* est le poil à gratter de la presse à grand tirage. Une exception: l'hebdomadaire vit sans l'apport de la publicité. Stoppons d'emblée les bêlements du troupeau des publicistes et publicitaires: en soi, la publicité n'est pas un mal. On peut même, si l'on est soucieux de l'établir sur un socle moral, solliciter les Ecritures et porter à son compte les prodiges et miracles, autant de «coups» assez fumants pour attirer l'attention du chaland.

Le problème est ailleurs. Montée dans le train de la presse comme voyageur, la publicité s'est, peu à peu, installée aux commandes. Son flux grossit le nombre des pages et contraint l'éditeur à gonfler la partie rédactionnelle; son reflux menace des titres quand il ne les tue pas. En acceptant, au cours des quarante dernières années, que les revenus en provenance des annonceurs deviennent, progressivement, majoritaires, les éditeurs ont assumé une responsabilité dont ils sont seuls comptables face à la communauté. Dégager les journaux d'entraves partisanes qui imposaient des limites à l'information fut, en son temps, une bienfaisante évolution même si ses causes furent de nature commerciale. Mais Charybde quitté, Scylla menaçait: les nouveaux maîtres étaient plus impérieux que leurs prédécesseurs. Rarement, ils se manifestaient en exerçant des pressions directes. Ils avaient vite appris que de tels procédés les désignaient à l'indignation générale, et finalement, les desservaient. Le dessein était autrement plus subtil: conduire suavement les responsables des journaux à prendre spontanément en considération les intérêts de leurs annonceurs, détourner les journalistes de sujets suggérés comme «à risques». Ainsi, l'éti-

quette *Industriefeindlich* a été collée au front de tous ceux qui ont voulu fourrer leur nez dans les pratiques en cours derrière les murs des usines; ainsi, les bons praticiens de l'investigation ont été accusés de faire du *Anwaltschaftjournalismus.* La crise est venue à point pour que les plumitifs s'entendent dire que le moment était mal choisi pour désécuriser davantage encore une société soumise à une cure d'amaigrissement. Le comble, dans tout ça, n'est-il pas que le lecteur ne regimbe pas, qu'il se réjouit même quand son quotidien préféré lui chante une berceuse où tous les méchants sont ailleurs dans le monde et tous les bons à proximité ! Le «journalisme de proximité» est, en effet, l'appellation sous laquelle se déguise l'information bon enfant qui tapote sur l'épaule du cher abonné. Ce journalisme-là – nécessaire quand il est justifié – vit ses beaux jours: l'annonceur le chérit.

L'aplatissement d'une grand partie des journaux de ce pays – davantage en Suisse romande qu'en Suisse alémanique – rend d'autant plus indispensable l'existence de petits organes de presse où se dise ce qui se tait ailleurs, où s'écrive, en marge du quotidien, cette réflexion emportée le plus souvent par le rythme imposé aux journalistes. Ce que beaucoup, sans doute, attendent de *Domaine public* au moment où l'abstraction théorique guette furieusement certains de ses collaborateurs.