La grande muette

Autor(en): **Delley, Jean-Daniel**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **33 (1996)**

Heft 1259

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1025428

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

La grande muette

Toujours à l'affût du dernier scandale que le pouvoir politique voudrait cacher, friande de la touche «people», cette manière très contemporaine de personnaliser tous les événements, les médias sont par contre peu diserts lorsqu'il s'agit de leurs propres affaires. A ce titre, la presse romande se distingue particulièrement par sa discrétion.

RÉFÉRENCES

Roger de Diesbach, «Critiques contre la campagne des médias pour Cointrin», *La Liberté*, 24 mai 1996

Jean-Martin Büttner, «Dieser Hang zum fusionierten Schreiben», *Tages Anzieger*, 23 mai 1996

(*jd*) Le phénomène est bien visible en cette période de l'année où les entreprises sont tenues de présenter leurs comptes aux actionnaires. Alors que des groupes de presse comme la *Neue Zürcher Zeitung* ou le *Tages Anzeiger* consacrent plusieurs pages à détailler la marche de leurs affaires, les médias romands sont singulièrement muets sur le sujet. Politique d'entreprise et résultats financiers détaillés et compréhensibles ne sont pas censés intéresser le lecteur. Et même Edipresse, qui domine largement le marché romand, ne se croit pas obligée à un devoir particulier de transparence.

L'extrême discrétion de la presse, dès lors que cette dernière est en cause, ne touche pas seulement les aspects économiques et financiers de la branche. Elle vaut également pour les interrogations de la profession sur ses fonctions dans une société démocratique, sur les principes éthiques qui la guident.

Secret professionnel

On se souvient de la récente campagne en faveur de Cointrin menée par l'ensemble des quotidiens romands – *Le Courrier* de Genève excepté – et la radio-télévision publique. Nous n'avions guère goûté cette belle unanimité militante qui prive les médias de la distance critique à l'égard des événements et des pouvoirs, gage premier de leur crédibilité (*DP* 1254 «Les médias bons à tout faire»). Or

●●●

La fabrication de l'événement

RÉFÉRENCE

Mark van Huisseling, «Wie die Lehrstellen-Rechnung zum Leerlauf verkam», *Die Weltwoche*, 16 mai 1996

(*jd*) Pour beaucoup de celles et ceux qui terminent leur scolarité obligatoire, le temps est à la recherche d'une place d'apprentissage. Faut-il dès lors s'étonner que cette actualité suscite, de la part de certains médias, le besoin de fabriquer de toutes pièces un événement? L'hebdomadaire *Die Weltwoche* a reconstitué la saga du manque de places d'apprentissage.

En mars, le journal économique *Cash* publie en page 29 un article indiquant que la situation est critique. Source citée, René Zihlmann, chef du service de l'orientation professionnelle de la ville de Zurich. Puis, un mois durant, c'est le silence. Jusqu'à ce que la *Sonntagszeitung* annonce en première page que les services d'orientation professionnelle tirent la sonnette d'alarme. A l'intérieur du journal, le lecteur apprend par la bouche d'un certain René Zihlmann que la situation n'a jamais été aussi précaire. Deux semaines plus tard, le même journal du dimanche consacre deux pages entières à ce thème: la voie royale de l'apprentissage est devenue d'accès aussi difficile que le royaume des cieux pour les riches. Le lendemain *Blick* prend le relais en première page, suivi par le *Tages Anzeiger* (Entrée interdite dans le monde des adultes) et l'émission *Arena* de la télévision alémanique (Jeunesse sans avenir?).

Mais au fait qu'en est-il? La conférence des offices de formation professionnelle de Suisse alémanique annonce au même moment que l'offre de places d'apprentissage varie fortement d'une région à l'autre et selon les professions; il y a effectivement pénurie dans les formations très demandées de l'électronique et d'employé de commerce, mais au contraire abondance d'offres dans le secteur secondaire. Bien sûr si, comme les journalistes qui peignent le diable sur la muraille, on se réfère aux seules places disponibles annoncées à l'administration municipale zurichoise – moins 20% en cinq ans –, la situation n'est pas rose. C'est oublier que nombre d'entreprises, notamment les plus petites, rechignent à remplir les formulaires officiels. Les données de l'Office fédéral de la statistique indiquent qu'entre 1992 et 1996 le nombre des places d'apprentissage en Suisse a reculé de 4%, mais qu'il a à nouveau progressé en 1995. En réalité, c'est depuis 1985 et jusqu'en 1993 que le nombre des contrats d'apprentissage a chuté de manière importante (moins 20%). Mais on ne fait pas l'actualité avec une évolution sur plusieurs années.

La conjoncture économique actuelle, c'est un fait, ne facilite pas l'entrée des jeunes dans la vie professionnelle. Mais le battage et la dramatisation médiatique de ce thème, sur la base d'informations fausses ou partielles, ne servent qu'à améliorer le taux d'écoute et le tirage des médias qui s'y prêtent.

●●●

cette crainte s'est révélée fondée, comme en témoigne un débat récemment organisé à Lausanne par la section suisse de Reporters sans frontières et le syndicat lémanique des journalistes, sur le thème «Journalistes ou lobbyistes?» Mais les lecteurs romands, ceux-là mêmes que les quotidiens avaient appelés à se mobiliser pour la défense de Cointrin, n'ont pas eu droit à un compte rendu dans leurs journaux. Seule *La Liberté*, reprise par le *Courrier* dans ses pages communes avec le quotidien fribourgeois, a daigné répercuter le débat, sous la plume de son rédacteur en chef Roger de Diesbach. A quoi il faut ajouter l'article de Jean-Martin Büttner, le très attentif et subtil correspondant romand du *Tages Anzeiger* de Zurich.

Hystérie médiatique

Sur la base de ces deux comptes rendus, on constate que le débat a révélé un très profond mécontentement parmi les journalistes présents, embrigadés dans cette mobilisation générale, souvent contre leur gré. Elisabeth Eckert de *L'Hebdo* a dénoncé le phénomène «d'hystérie médiatique» qui exige semaine après semaine un thème porteur: aujourd'hui Cointrin, demain la vache folle, après-demain le chômage des jeunes (voir encadré). Dans ces conditions, le sens critique devient superflu: ainsi un article répercutant la relative indifférence des multinationales installées en Suisse romande face à la décision de Swissair n'a pas trouvé place dans les colonnes de l'hebdomadaire «bon pour la tête». D'autres collègues ont également mentionné quelques libertés prises avec les faits par les rédactions, au nom de la bonne cause romande.

Engagement et autocritique

Face à ces critiques sévères, Jacques Pilet, directeur/rédacteur en chef du *Nouveau Quotidien* – une double fonction qui dilue singulièrement la frontière entre politique d'entreprise et ligne rédactionnelle – défend le rôle de son journal qui se veut animateur de débats et de rencontres entre les acteurs sociaux, catalyseur d'actions. Pour Marco Cattaneo, de la *Tribune de Genève*, la cause méritait d'être défendue, un point c'est tout. Une appréciation partagée par Gérald Sappey, directeur de la Radio romande, pour qui l'importance de l'enjeu justifie la mobilisation médiatique.

Pourtant, les instigateurs de cette campagne de presse en faveur de Cointrin semblent avoir pris conscience de leur faux-pas. En fin de débat, Jacques Pilet avouait ne pas vouloir renouveler une telle démarche. Tant mieux, car si les médias veulent prétendre à un impact politique, c'est par le seul biais d'une information exhaustive et critique, par le suivi des dossiers qu'ils sont légitimés à le faire, et non par des coups d'éclat. ■

En coulisses

Histoire de ne pas frustrer les délégués à son congrès du samedi 8 juin à Colombier, le Parti socialiste neuchâtelois prévoit la projection sur écran géant du match d'ouverture de l'Euro'96 opposant, comme on a cru le comprendre, la Suisse (sans Suter ni Knup) à l'Angleterre.

A propos du PSN, il reçoit les hommages appuyés de Karl Dobler, le fameux promoteur économique en chef du canton de Neuchâtel, sur lequel il a rabattu en 17 ans des dizaines d'entreprises étrangères et quelque 3 500 emplois. Originaire d'Appenzell-RI, M. Dobler, 63 ans, a été lui-même amené à Neuchâtel par le socialiste René Meylan et constamment soutenu par son successeur, l'excellent ministre de l'économie Pierre Dubois. Heureusement que «dans ces temps difficiles nous pouvons compter sur un PS fort, dirigé par de fortes personnalités».

A propos de football, certains clubs suisses souhaiteraient faire le pas et demander leur cotation en bourse, à l'instar des grands clubs anglais qui comptent parmi les valeurs les plus spéculatives de la City. Mais pour se présenter à la corbeille, les clubs suisses devraient pouvoir se constituer eux-mêmes en sociétés anonymes, et non plus seulement en associations comme l'exigent encore les règles de l'ASF. Laquelle n'est pas près de changer, selon MM. Facchinetti et Spadoro, présidents du Grasshoppers et du Xamax, deux clubs éventuellement intéressés.

Mme Faith Popcorn, qui se dit «historienne du futur» et gagne beaucoup d'argent au présent avec ses livres et les conseils de son agence de consulting, vient de commettre un nouvel ouvrage, composé notamment sur la base des avis spontanément donnés par des dizaines de milliers de correspondants ayant réagi au fameux «Popcorn Report», traduit en 12 langues. Il en résulte 16 tendances pour le futur, dont l'une au moins est facile à discerner dès maintenant dans la publicité et la littérature: la nostalgie de l'enfance. Nul doute que ce sentiment sera exploité à fond dans la conception et la promotion des produits à venir sur le marché.

Ça monte pour Schindler en Chine. Alors que nombre d'entreprises peinent à exploiter les potentialités du plus grand marché intérieur du monde, la fabrique d'ascenseurs suisse, présente à Pékin depuis 1978, a conquis sa place parmi les quatre principaux vendeurs d'ascenseurs et d'escaliers roulants de Chine (avec l'américaine Otis et les japonaises Mitsubishi et Hitachi).