Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 42 (2005)
Heft: 1636

Artikel: Démocratisation bidon
Autor: Delley, Jean-Daniel
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1013437

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: 02.07.2025

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

Concurrence mesurée d'Internet

Le nouvel outil de communication en ligne ne détrône pas la presse, ni, bien sûr, la radio et la télévision. Mais il modifie les habitudes de lecture et détourne à son profit les petites annonces.

Un nouveau média n'élimine jamais les anciens mais les transforme. Ce postulat d'un chercheur allemand s'est vérifié à l'introduction de la radio, puis de la télévision. Il sera également valable pour l'arrivée d'Internet. Dans son dernier livre, le professeur saint gallois Peter Glotz attribue à l'information en ligne une partie des difficultés de la presse écrite, plombée en outre par la mauvaise conjoncture. La presse quotidienne est en perte de vitesse en Europe comme aux Etats-Unis. En Allemagne, sa pénétration était de 83% en 1979. Elle est tombée à 71% en 2003. L'érosion est plus marquée chez les jeunes de moins de vingt-cinq ans, avec une chute de 72 à 51%. Les journaux de qualité supra régionaux résistent cependant mieux que les autres quotidiens.

La durée de lecture est également en diminution. Alors qu'entre 1980 et 2000, le temps consacré à l'ensemble des médias d'information et de divertissement passait de 300 à 500 minutes par jour, la lecture du journal diminuait de 38 à 30 minutes. L'attrait de la TV est pour l'essentiel responsable de cette évolution. Mais le Net commence à faire sentir ses effets. Les internautes passent en moyenne une heure par jour devant leur écran. Ils conservent leur journal mais le lisent moins longtemps.

Si l'on considère le seul rôle d'information des médias, la télévision reste largement en tête. Pour s'informer, 72% des Allemands affirment accorder la première place à la TV, 52% à la presse et 5% seulement à Internet.

Selon un panel d'experts allemands, autrichiens et suisses, le tirage de la presse quotidienne devrait baisser de 10% ces cinq prochaines années alors que la durée de lecture diminuerait de 15%. La perte de tirage serait réduite à 2% pour les périodiques.

Publicité et petites annonces

Les journaux vivent de la publicité et des annonces, tout spécialement en Suisse. La TV est, ici aussi, le grand concurrent. En Allemagne, elle a raflé 43% du marché publicitaire pour n'en laisser que 22% aux journaux. La Suisse ne connaît pas de télévision commerciale, ce qui avantage les journaux qui conservent 42% de ce marché. L'arrivée d'Internet ne changera pratiquement rien. La publicité des grandes marques ne s'y intéresse pas. En revanche, les petites annonces fleurissent en ligne. Elles sont nettement meilleur marché que dans la presse et plus faciles à consulter. Les experts prédisent qu'en l'espace de cinq ans les journaux perdront la moitié des offres et des demandes d'emploi, ainsi que celles des voitures d'occasion et 40% des annonces immobilières.

Pour compenser l'important manque à gagner des annonces et freiner l'érosion du tirage, Peter Glotz suggère aux quotidiens de ne plus proposer trois heures de lecture par jour mais de se concentrer sur l'essentiel, quitte à laisser les développements et les analyses à la presse périodique. Il conseille également aux médias écrits régionaux d'organiser eux-mêmes les informations et le marché des annonces en ligne. Les journaux devraient, en outre, imaginer de nouveaux avantages pour leurs abonnés, par exemple sous la forme de clubs d'achats offrant des rabais et des promotions exclusives. *at*

Démocratisation bidon

Cent un députés helvétiques s'engagent pour la démocratisation de l'ONU. Dans une lettre à Kofi Annan, ils demandent que l'organisation se dote d'une assemblée parlementaire, gage selon eux d'une meilleure transparence et d'une légitimité accrue.
L'idée n'est pas nouvelle. Elle fut exprimée en 1993 déjà par le parlement canadien, puis par des députés du parlement européen et du Conseil de l'Europe. Mais contrairement à l'Union européenne et au Conseil de l'Europe, l'ONU n'impose pas à ses membres des règles minimales en matière de démocratie. Plus de la moitié des 191 membres actuels de l'ONU ne peuvent être considérés comme des Etats démocratiques. Dès lors, en quoi des représentants parlementaires de ces Etats contribueraient-ils à l'amélioration de la transparence et de la légitimité de l'institution de Manhattan? *jd*