Zeitschrift: Domaine public

Herausgeber: Domaine public

Band: - (1964)

Heft: 5

Artikel: La presse et l'Expédition suisse dans l'Antarctique : une démonstration d'illusionnisme

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1026771

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: 14.07.2025

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

La presse et l'Expédition suisse dans l'Antarctique: une démonstration d'illusionnisme

Notre propos n'est pas de faire le procès de cette « expédition », mais de montrer que sa faillite actuelle aurait pu être évitée par une information sérieuse.

Les faits

Au début de l'année 1962, une « Société des Explorateurs et Polaires Suisses » (SEPS) se constituait à Lausanne, avec le but de monter une expédition dans l'Antarctique. En mai de la même année, c'était « L'opération survie », où quelques jeunes gens passèrent une semaine sur le glacier des Diablerets. A la fin de l'été, des circulaires étaient affichées dans les universités pour le recrutement des collaborateurs. Les premiers contacts officiels avec les milieux scientifiques suisses datent de novembre 1962. Avec effarement, ceux-ci prennent connaissance de cette entreprise floue: conditions de sécurité insuffisantes, compétence du chef technique discutable, etc... Quant au programme scientifique, il était impensable qu'on puisse le mettre au point en moins d'une année: ce fut, de la part des spécialistes, le refus catégorique de participer à cette expédition confuse et dangereuse. Un an après, soit ces dernières semaines, c'était la faillite complète de l'expédition.

Les méthodes de propagande

L'organisation possède son propre service de presse (Hallerstrasse 4, à Berne). Elle utilise des méthodes simples mais efficaces, soit en arrosant la presse officielle de communiqués, soit en publiant un petit journal polycopié, « La Dépêche polaire ».
Dès le début, il fut question d'expédition *scientifique*, le terme sonnant bien. Et puis, au pôle: prestige du pôle! On fit remarquer que la Suisse était un des rares pays à ne rien faire; c'était soit de la mauvaise foi, soit une ignorance totale de notre rôle modeste: notre pays agissant toujours en collaboration avec des organismes internationaux. Bref, on essayait de faire vibrer la corde nationaliste. Par la suite, on insinua que les milieux scientifiques tentaient d'étouffer de jeunes enthousiasmes non diplômés. Tous les arguments étaient bons: on évoqua les richesses minéralogiques du Continent Blanc, des aliments miracles appelés à jouer un rôle capital dans l'exploration du Cosmos et fabriqués par une maison suisse; même le terme de « tâche humanitaire » figure dans cette belle panoplie. Jusqu'au jour où le scandale éclate.
Or la presse, la télévision et, dans une moins grande proportion, la radio, ont été complices de cette propagande trompeuse et ridicule. Tellement efficace cependant que pas mal de personnalités politiques et militaires de notre pays se retrouvèrent, un beau matin, membres d'un comité de patronage un peu compromettant.

Le rôle de la presse

Plus de quinze mois se sont écoulés entre les premières conférences de presse de la SEPS et les premières questions posées par un journaliste à un spécialiste des questions polaires.
Dès le début, la presse suisse salua la naissance de la nouvelle société. Elle se rendit en avion sur le glacier où se déroulait « L'opération survie » et publia de longs comptes rendus à grand renfort de slogans cocardiers accompagnés de photos où le drapeau suisse flottait dans le vent des cimes (« Gazette de Lausanne », 26 et 28.5.62). Présente à toute fête, la presse était à la réception des « survivants » à Martigny. La « Tribune de Lausanne » (3.6.62) rapporte que des télégrammes de félicitation y furent lus, dont l'un émanait du président de la Confédération, M. Paul Chaudet. Les guides valaisans avaient le sourire un peu narquois: leur métier les oblige souvent à vivre en haute altitude et parfois dans des conditions bien plus difficiles. A peine Pascal Thurre osa-t-il se faire l'écho de leur surprise (« Gazette de Lausanne », 3.6.62).
En janvier 1963, la Société helvétique des Sciences naturelles publia un communiqué pour se distancer de cette organisation qui avait tenté d'abuser de son nom. Les journaux reproduisirent ce communiqué sans empressement et souvent même avec beaucoup de retard. On pouvait alors espérer que l'abcès allait crever. Eh bien! pas du tout: les scientifiques sont contre, les scientifiques, jaloux, essaient de torpiller l'expédition! (« Feuille d'avis de Lausanne », 21.5.63). Les journaux continuent à soutenir l'entreprise qui, dans la « Dépêche polaire » (Nº 3), s'abrite sous la devise suivante: « Il faut savoir se soumettre à ce que l'opinion publique a de juste et d'acceptable, et, pour le reste, suivre uniquement sa conscience et accepter au besoin les injustices de l'opinion sans sourciller! »
On peut se demander comment tout cela aurait fini si un journaliste n'avait commencé à se méfier de quelque chose. Pour avoir publié certaines critiques sous le titre « Drôle de Pôle », le « Journal de Genève » déclencha l'ire de la SEPS. Ce journal entreprit alors une enquête sérieuse et prit l'avis de certains anciens polaires suisses: c'était aux environs du 10 mai 1963. Faites le compte: plus de quinze mois s'étaient écoulés depuis le début de l'affaire. Un deuxième article du « Journal de Genève », à mi-mai, ouvrit la discussion. Cependant, dans une bonne partie de l'opinion publique, les milieux scientifiques suisses continuèrent à jouer le rôle de vieilles barbes officielles et diplômées étouffant tout enthousiasme imberbe.
Le 2 novembre 1963, soit plus de quinze jours après le départ officiel de l'expédition toujours en panne, le Conseil fédéral, répondant à une question d'un conseiller national, mettait les choses en place. Le nom de la Suisse était atteint: la corde nationaliste qu'on avait fait vibrer pendant plus de deux ans pendait lamentablement, sans télégramme.

Du baratin à l'information

Quand la baudruche se fut dégonflée, M. Olivier Reverdin, avec fermeté, en dégagea, à la Radio romande, la moralité: il rappela l'importance accrue de la publicité sous toutes ses formes, la difficulté pour des reporters de trouver des sujets d'actualité chaque fois nouveaux, l'impossibilité d'être en toutes choses compétent. Il demandait qu'un comité soit chargé de filtrer certains renseignements trop légèrement diffusés sur les ondes.
En effet, il y a longtemps que la publicité a sauté hors des limites des pages d'annonces (les produits Miam-Miam sont bons). La publicité la plus efficace est celle qui ne dit pas son nom, se présentant sous signature rédactionnelle.
Tant qu'il s'agit de vanter, par la bande, un article de consommation, il n'est pas difficile de repérer le truquage. Des règles de métier cherchent, d'ailleurs, à l'interdire.
Mais il y a aussi un certain nombre d'affaires-qui-sont-à-faire, où la publicité n'est pas au service d'une augmentation de la vente, mais où elle est une condition d'existence. Ce sont des affaires marginales, qui doivent, pour trouver crédit, être prises d'abord au sérieux, capables de démontrer qu'elles intéressent l'opinion publique.
Alors l'interview radiophonique, le reportage écrit ou télévisé devient une lettre de noblesse, aussi indispensable que les potiches du comité de patronage.
L'intérêt de l'expédition polaire, c'est d'avoir révélé par un effet de grossissement la technique de cet illusionnisme moderne. Car combien de capitaines qui n'ont pas l'intention de partir pour des mers si lointaines, tiennent conférences de presse, en utilisant les trucs traditionnels du lancement spectaculaire: l'appel à l'audace (« quand donc les Suisses retrouveront-ils le goût de l'aventure? »), le langage pseudo-scientifique, etc...
Ainsi, pendant deux ans, quel baratin pour le grand projet de la tour du Comptoir suisse, qui aurait permis de voir le Mont-Blanc aussi de Lausanne, et de « pointer » plus haut que... la tour Eiffel!
Mais il ne serait pas nécessaire pour dégonfler ces baudruches de créer des comités, dont les connaissances en fin de compte ne sauraient être universelles. Il suffirait que presse et radio donnent la parole à ceux qui sont compétents: ce ne sont pas nécessairement des « officiels », ni des « éteignoirs ».

Le vallon de Nant et le régent

On nous a dit: de nombreux savants, de Haller, Agassiz, Rambert, ont travaillé dans ce vallon, herborisant, récoltant insectes et minéraux. Admettrait-on que l'on fasse de l'île Saint-Pierre un champ de tir?
On nous a dit: des plantes de mille espèces (des sabots de Vénus!) y sont signalées, et une exceptionnelle forêt d'érables sycomores. A-t-on admis que la forêt de Finges devienne une place pour blindés?
A tout cela qui a été dit, nous aimerions ajouter cet argument sentimental: Le vallon de Nant est but traditionnel de courses d'écoles. C'est, sans sourire, l'argument primordial.
Quand disparaissent les vraies fêtes populaires, pourquoi effacer de la carte des souvenirs collectifs ce lieu commun de la sensibilité vaudoise?

L'élément oublié

La « Gazette de Lausanne » a consacré récemment un numéro spécial à l'industrie horlogère, selon la formule habituelle qui permet de réanimer le chiffre d'affaires avec quelque transfusion publicitaire exceptionnelle. Or donc une page Oméga, une page Mido, une page Zénith, une page Certina, une page Roamer équilibrent les textes de MM. Schaffner, Primault, Bauer, Sydney de Coulon... Rien à redire, le lecteur pouvant aussi y trouver son compte.
Mais nous avons en vain cherché un texte qui dise le rôle des ouvriers et de leur organisation syndicale. Ebauches, Roskopf et Montres à ancres sont au rendez-vous. Mais pas la FOMH (peut-être que si elle mettait de grandes annonces?). Comme le dit M. Pierre Béguin: « Nous avons eu la chance de pouvoir nous assurer la collaboration autorisée de quelques-unes des personnalités dirigeantes du monde horloger. » Bien sûr, ce sont toujours les généraux qui gagnent les batailles, et leur gloire rejaillit sur la piétaille.

A nos lecteurs

Merci à ceux qui ont envoyé à « Domaine public » des vœux en prose, en vers, illustrés, télégraphiés. Et merci à ceux qui, dans la presse, autour d'eux, citent notre journal.

« Domaine public » n'accepte pas de publicité payante. Il est vrai que les grandes marques ne nous ont pas encore fait d'offres. Mais ce que nous pourrions perdre en ressources, nous le gagnons en indépendance. Aussi, nous ne comptons que sur nos seuls abonnés. Quand bien même le départ a été réussi, nous espérons que nos amis voudront bien nous aider à soutenir notre rythme de progression. Demandez-nous quelques exemplaires de diffusion ou signalez-nous des adresses utiles.
« Domaine public » est en vente dans les principaux kiosques de Suisse romande.

Faites connaître « Domaine public »; faites-vous connaître à « Domaine public »!