

# La fabrication de l'événement

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

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

Heft 1259

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1025427>

## **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.

# 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 Anzeiger*, 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



## RÉFÉRENCE

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

## La fabrication de l'événement

(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.