

Pour mieux nous faire connaître

Autor(en): **Pochon, Charles-F.**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue syndicale suisse : organe de l'Union syndicale suisse**

Band (Jahr): **45 (1953)**

Heft 3

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-384804>

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>

Pour mieux nous faire connaître

Par Charles-F. Pochon

La publication, dans le numéro de juin 1952 de cette revue, d'une étude sur « La presse quotidienne et les syndicats » a fort opportunément rouvert un débat qui s'est poursuivi depuis lors dans les colonnes de quelques journaux syndicaux romands. N'ayant pas eu la possibilité de lire tous les articles parus sur ce sujet, nous laisserons la recherche d'une synthèse des idées présentées à ceux qui ont pu suivre toute la discussion. Nous nous contenterons d'essayer de répondre à la question posée par « Audax » : « Par quels moyens le mouvement syndical peut-il atteindre le grand public et renforcer ainsi son autorité ? » Renonçant à épuiser la question (un numéro complet de la *Revue syndicale* n'y suffirait pas), nous limiterons aussi notre réponse à la recherche de solutions pour la Suisse romande uniquement.

Nous commencerons par un examen de la solution préconisée par plusieurs syndicalistes : le lancement d'un quotidien syndical ; nous chercherons ensuite quelques autres solutions et nous terminerons par des propositions concrètes.

Des chiffres à méditer

La Suisse est depuis longtemps le pays où paraissent le plus de journaux en proportion du chiffre de la population. Le *Catalogue de la Presse suisse*, publié en 1950 pour l'Association d'agences suisses de publicité, donne la liste de 463 journaux politiques et d'information, dont 119 quotidiens, c'est-à-dire des journaux paraissant au moins six fois par semaine. M. Pierre Favre, dans une étude publiée par l'*Echo de la Presse et de la Publicité*, une grande revue spécialisée française, évalue à 504 le nombre des journaux politiques et d'information suisses. Une étude statistique publiée dans le numéro d'octobre 1952 du *Bulletin de l'Association suisse des éditeurs de journaux* est basée sur le nombre de 400 journaux, dont 116 quotidiens. La définition du terme de « journal politique et d'information » étant difficile à donner, nous adopterons, pour éviter tout risque d'exagération, ce chiffre de 400. Nous étudierons pourtant et avant tout la question des quotidiens et, partant du chiffre relevé plus haut de 119, il nous en restera 115 après avoir éliminé les quatre journaux ne publiant que des annonces. Ce chiffre correspond assez bien à celui retenu par le statisticien de l'Association des éditeurs de journaux (115) et par l'Unesco qui, dans une enquête sur les moyens d'information à travers le monde, a constaté la parution de 117 quotidiens en Suisse. Partant des chiffres du recensement de la population de 1950, cela représente un quotidien pour 41 000 habitants.

Tenant compte des données de l'Unesco pour d'autres pays et en nous basant sur les chiffres de population mentionnés dans l'édition 1952 du *Petit Larousse*, l'écart est éloquent, puisqu'il y avait à la même époque 1780 quotidiens aux Etats-Unis (un pour 84 500 habitants), 164 quotidiens en France (un pour 255 000 habitants), 121 quotidiens en Grande-Bretagne (un pour 416 000 habitants) et 46 quotidiens en Belgique (un pour 185 000 habitants).

M. Favre, dans l'étude mentionnée plus haut qui tient compte de toutes les feuilles politiques et d'information, indique qu'il en paraît une pour 8000 habitants en Suisse, une pour 19 400 habitants en France, une pour 23 500 en Belgique, une pour 34 000 en Angleterre, une pour 12 700 aux Etats-Unis, une pour 12 000 en Norvège, une pour 14 000 au Danemark, une pour 20 000 aux Pays-Bas et une pour 22 000 en Suède.

Ainsi donc, aussi bien en ce qui concerne le nombre total des journaux que le nombre plus restreint des quotidiens politiques et d'information, la Suisse vient de loin en tête. Les raisons linguistiques ne sont pas seules à jouer un rôle, ainsi que la comparaison avec la Belgique peut rapidement nous en convaincre. Son rôle n'est pourtant pas à négliger dans notre étude.

Sur les 115 quotidiens suisses, 80 paraissent en allemand, 29 en français, 6 en italien et 1 en édition bilingue (français-allemand).

Le sondage effectué sur la base du recensement de la population de 1950 (voir *La Vie économique* d'août 1952) a révélé la répartition linguistique suivante pour les trois langues officielles:

3 402 250 personnes	parlaient allemand	(72,2%)
954 250 personnes	parlaient français	(20,2%)
278 800 personnes	parlaient italien	(5,9%)

Sans tenir compte du quotidien bilingue, nous constatons qu'il y a

un quotidien pour 34 000 personnes de langue française,
un quotidien pour 42 500 personnes de langue allemande,
un quotidien pour 46 500 personnes de langue italienne.

Les lecteurs de langue française ont donc le plus de journaux à leur disposition par rapport à leur nombre.

Les 28 quotidiens romands paraissent dans 16 localités différentes, ce qui illustre le caractère régional de la plupart d'entre eux. Ces localités sont les suivantes:

Canton de Fribourg: Fribourg 1 (le seul de langue française du canton).

Canton du Valais: Saint-Maurice 1 (le seul du canton).

Canton de Genève: Genève 6.

Canton de Vaud: Lausanne 4; Montreux, Vevey et Yverdon chacun 1.

Canton de Neuchâtel: Neuchâtel 3; La Chaux-de-Fonds 3; Le Locle et Fleurier chacun 1.

Jura bernois: Delémont, Porrentruy, Moutier, Saint-Imier et Bienne chacun 1.

Le caractère avant tout régional de la presse romande, et en général de la presse suisse, est aussi nettement démontré par les tirages.

L'étude de l'Association de la presse suisse mentionne 1 tirage inconnu, 75 tirages inférieurs à 10 000 exemplaires, 33 tirages de 10 001 à 35 000 exemplaires et seulement 7 tirages supérieurs à 35 000 exemplaires.

Il n'y a qu'un quotidien suisse dont la diffusion soit supérieure à 100 000 exemplaires, et le plus fort tirage romand atteint à peine 75 000 exemplaires. Dans les deux cas, il s'agit de tirages contrôlés par des organisations publicitaires (Association suisse ou Fédération romande de publicité); mais dans de nombreux autres cas, les chiffres des tirages indiqués sont loin de correspondre à la réalité. En 1950, par exemple, seuls 6 quotidiens romands faisaient contrôler leur tirage.

Une caractéristique de la presse suisse est le grand nombre d'abonnés. La vente au numéro ne joue généralement qu'un rôle peu important. M. Favre, dont nous citons à plusieurs reprises l'étude et qui fait partie du personnel dirigeant d'une importante agence suisse de publicité, affirme que « plusieurs quotidiens peuvent se vanter de trouver dans leur fichier d'abonnés les trois quarts et plus de leur chiffre de tirage ».

Pour bien pouvoir connaître la question, il importe de jeter un coup d'œil sur l'âge des journaux. En effet, tenant compte de la très forte proportion d'abonnés aux journaux suisses, ces dates de fondation nous permettent d'évaluer les chances de réussir le lancement d'un nouvel organe.

Sur les 28 quotidiens de langue française, l'origine de 25 remonte à plus de cinquante ans. Les trois plus récents sont *l'Effort*, de La Chaux-de-Fonds (fondé en 1920), le *Peuple* (1939) et la *Voix ouvrière* (1944). Dans les trois cas, il est difficile de parler de fondation nouvelle. *L'Effort* a paru le lendemain de la disparition du *National suisse*, et les deux autres journaux ont leur origine dans les quotidiens *Le Droit du Peuple* et *Le Travail*.

Une seule véritable fondation a été enregistrée durant ces vingt dernières années: le quotidien genevois *Le Moment*. Malgré une formule nouvelle pour la Suisse romande: une page illustrée quotidienne, le journal n'a vécu que quelques mois.

La difficulté de réussir un lancement est d'ailleurs aussi grande en Suisse allemande. Sous le titre *Actualis*, un quotidien illustré d'une conception inédite a été créé en 1940. Il a disparu en 1941.

Pour être précis, nous signalerons que plusieurs périodiques se sont transformés en quotidiens ces dernières années. Il s'agit exclu-

sivement, en Suisse romande, de journaux régionaux dont la parution six fois par semaine est la conclusion logique d'une longue évolution. Citons, par exemple, le *Journal d'Yverdon*, un des plus anciens journaux suisses, puisqu'il a été fondé en 1773. Hebdomadaire jusqu'en 1888, il a paru deux fois par semaine de 1888 à 1896, trois fois de 1896 à 1920, quatre fois de 1920 à 1940 et paraît six fois depuis lors. La même évolution peut être constatée pour le *Courrier du Val-de-Travers*, fondé en 1855 et quotidien depuis peu d'années.

Pour caractériser la situation, prenons ce passage du *Tableau de la Presse suisse* publié en 1948 à l'instigation du Service d'information et de presse du Département politique fédéral, dont l'auteur est M. Karl Weber, ancien professeur de journalisme aux Universités de Berne et de Zurich et ancien collaborateur de la *Neue Zürcher Zeitung*:

« Voyons tout d'abord quelques chiffres traduisant les variations subies par l'ensemble de la presse suisse, tout spécialement au cours de ces dernières années:

En 1848 il paraissait	88	journaux politiques,	dont	17	quotidiens
» 1872	» 125	»	»	» 39	»
» 1896	» 338	»	»	» 76	»
» 1913	» 418	»	»	» 105	»
» 1928	» 406	»	»	» 116	»
» 1930	» 406	»	»	» 121	»
» 1939	» 400	»	»	» 118	»
» 1945	» 409	»	»	» 111	»

« La lecture de ce tableau indique que, depuis le début de notre siècle, le chiffre de quatre cents et quelques journaux est devenu la norme et qu'un bon quart d'entre eux sont des quotidiens dont certains paraissent deux fois, voire, dans un cas, trois fois par jour. En gros, depuis 1900, le marché peut être considéré comme saturé. L'évolution des idées politiques créant des besoins différents fit disparaître certaines feuilles, tandis qu'elle en suscitait d'autres ailleurs. »

Notre conclusion, surtout en ce qui concerne la Suisse romande, ne peut guère différer de celle exprimée plus haut par un connaisseur aussi avisé des questions de la presse suisse.

Faut-il renoncer?

En citant ces chiffres et ces opinions, nous n'avons pas pour but d'essayer de prouver l'impossibilité de créer un quotidien syndical en Suisse romande. Si un réel désir existe de voir paraître ce jour-

nal, aucune démonstration n'empêchera des éditeurs sérieux de trouver un nombre de lecteurs suffisant pour leur permettre de boucler favorablement leurs comptes. Notre dessein est plutôt d'éviter toute aventure dans laquelle nous perdriions nos illusions et l'argent de nos fédérations, donc de tous les syndiqués.

Prenons, par exemple, le chapitre « publicité ». Il ne suffit pas de croire qu'un tirage suffisant attirera nécessairement les annonceurs. Des facteurs « économiques » peuvent nuire à la publicité dans un tel quotidien et obliger l'administration à renoncer à la signature d'importants contrats.

Comment réagiront les dirigeants du quotidien syndical à la nouvelle formule de publicité signalée par le quotidien français *Le Monde* dans son premier numéro de 1953 dans un article intitulé « Regards sur la publicité américaine »? Nous en détachons ce passage:

« Mais la tendance la plus actuelle, commençant seulement à prendre place, est, à côté de la publicité directe et classique, le développement d'une publicité indirecte: celle des idées. Le principe en est simple: les entreprises estimant la sauvegarde du régime « libre entreprise » indispensable à leur existence et à leur succès financier essaient de propager les principes de ce régime capitaliste qui leur réussit. Il s'agit là en quelque sorte d'un investissement à longue échéance. »

Ce genre de publicité existe déjà chez nous et rien ne permet d'affirmer qu'il disparaîtra. Il pourrait même, au contraire, avoir tendance à se développer.

Parmi les causes de la disparition du journal *Die Nation* figure le « manque de publicité » et pourtant cet hebdomadaire avait un tirage encore assez élevé.

On aurait tort aussi de penser que l'opinion est le fait des journaux quotidiens uniquement. Sinon pourquoi le Parti libéral-conservateur qui dispose de cinq quotidiens n'a-t-il que cinq conseillers nationaux? Comment le Parti socialiste, dont la presse est très peu importante, en Suisse romande en particulier, a-t-il depuis vingt ans le plus grand nombre d'électeurs dans notre pays et réussit-il à faire élire dix conseillers nationaux de langue française? La situation est la même dans tous les pays du monde, et pourtant des majorités socialistes se sont manifestées dans plusieurs pays, les pays scandinaves et l'Angleterre en particulier.

D'autres solutions

C'est pourquoi il est préférable de ne pas se laisser fasciner par l'idée d'un quotidien syndical, ce qui nous paralyse dans la recherche d'autres moyens d'expression. Pour rester dans le domaine

de la presse, il y a d'autres solutions à envisager. Il y a, d'une part, le moyen le plus simple: utiliser plus intensivement les armes dont nous disposons et auxquelles nous sommes loin d'avoir fait rendre tout ce qu'elles peuvent rendre. Nous n'aborderons pas ici cette face du problème. Il y a la possibilité de fonder un journal à parution moins fréquente que celle d'un quotidien. A ce sujet, nous voulons évoquer deux possibilités qui nous paraissent mériter un examen attentif: le lancement d'un magazine mensuel ou d'un hebdomadaire.

Un magazine mensuel

La mode est aux « digest » et leur succès, même dans notre pays, prouve qu'il est possible d'atteindre de nombreux lecteurs par l'adoption d'une formule neuve basée sur la mentalité des gens de la deuxième moitié du XX^e siècle.

Parmi les avantages d'un mensuel il y a son coût certainement moins élevé que celui d'un quotidien, sa valeur plus durable puisqu'il se dépose volontiers sur les rayons d'une bibliothèque, ses possibilités de diffusion plus importantes dans des milieux réfractaires aux changements qui, par conséquent, renonceraient difficilement au quotidien que lisaient leurs parents, mais veulent bien se laisser tenter par quelque chose d'encore jamais vu.

L'essentiel serait de trouver une formule inédite. La revue française *Démocratie combattante*, par exemple, semble avoir trouvé une présentation qui sorte de l'ordinaire. C'est la preuve qu'il est possible de lancer du nouveau, en s'inspirant peut-être de formules déjà expérimentées à l'étranger. Il faudrait limiter le nombre des pages (trente-deux par exemple) et adopter un format pratique. Ce magazine pourrait se substituer aux *Droits du Travail* et les fédérations syndicales pourraient envisager de renoncer, une fois par mois, à l'édition de leur journal fédératif pour envoyer le magazine à leurs membres.

Un hebdomadaire

La fusion des hebdomadaires syndicaux romands en un seul journal est depuis longtemps à l'ordre du jour. Le camarade Bernasconi l'a préconisée à nouveau dernièrement dans un article paru dans l'hebdomadaire fribourgeois *Travail*. Sa conclusion mérite d'être citée: « Ne nous laissons donc pas égarer sur la voie des utopies (le lancement d'un quotidien syndical — CFP). Avant de songer à l'irréalisable, créons ce qui est possible, soit l'hebdomadaire syndical commun. Si nos amis d'outre-Sarine ne peuvent surmonter tous les obstacles, montrons-leur du moins que l'esprit de cohésion et de

coopération des Suisses romands peut conduire en peu de temps à des résultats remarquables et exemplaires. »

L'idée d'une fusion des hebdomadaires syndicaux est sympathique, mais sa réalisation demandera certainement beaucoup de temps. Il n'est d'ailleurs pas certain que cet hebdomadaire serait diffusé largement dans les milieux de la population romande qui nous ignorent. L'expérience récente des coopératives de consommation, dont l'hebdomadaire *Coopération* n'est resté que très peu de mois à la devanture des kiosques, semble confirmer notre point de vue. Sans renoncer à la réalisation, le plus tôt possible, de cette fusion, cherchons autre chose. Ce ne sera pas un « illustré », car *Je vois tout*, édité par les Imprimeries Populaires à Lausanne, occupe déjà la place et mérite d'être soutenu par les syndiqués.

La formule de l'hebdomadaire littéraire et politique a peu de chance, nous semble-t-il. Par contre, partant du fait que peu de journaux paraissent le dimanche, nous pensons qu'il conviendrait d'examiner les possibilités de remplir cette lacune.

En Angleterre, les journaux du dimanche, imprimés le samedi soir, sont très répandus. Ailleurs aussi la formule a pris pied et même en Suisse romande, avec l'*Express-Dimanche*. En Belgique, le journal socialiste *Le Peuple* édite une feuille dominicale, *Germinal*. C'est un grand journal, format français, de seize pages qui est à la fois quotidien, avec les dernières nouvelles, et hebdomadaire. Paraissant en plusieurs éditions régionales, dont deux pour Bruxelles (samedi 13 heures et dimanche matin), il est abondamment illustré de photos et de dessins.

Un des avantages de cette forme de publication serait de permettre la préparation d'une transformation éventuelle en quotidien si la diffusion se révèle satisfaisante. Ne prenant la place d'aucun journal existant, il pourrait peut-être se créer avec le temps une belle place au soleil, malgré le grand nombre de journaux paraissant déjà en Suisse.

Sortons de la discussion

Le débat ouvert par « Audax » en juin menace de durer longtemps sans résultat. Personne parmi les participants à la discussion n'a les moyens de dépenser quelques centaines de mille francs pour prouver qu'il a raison. Il faut donc s'efforcer de faire étudier les idées exposées par les milieux responsables de nos fédérations. Nous ne nous contenterons donc pas de terminer cet article par un vœu platonique du genre « Puissions-nous bientôt avoir l'organe qui défendra les idées syndicales et qui sera diffusé dans le grand public » ! Nous nous permettons plutôt de formuler les propositions suivantes, avec l'espoir qu'elles tomberont sous les yeux de ceux qui

peuvent plus facilement que nous les soumettre aux organes compétents de l'Union syndicale.

1. Les moyens d'information syndicale existants doivent être examinés pour déceler leur insuffisance et trouver les moyens d'y remédier. Ce débat doit être largement ouvert et pourrait être préparé par une conférence des secrétaires romands, des rédacteurs de journaux syndicaux et de tous ceux que le problème intéresse.

2. Les moyens d'information à utiliser à l'avenir doivent être également étudiés par les mêmes organes.

3. Une fois des propositions concrètes mises au point, il faut s'efforcer de les faire discuter dans les sections, les centres d'éducation ouvrière, les cercles d'études, etc.

4. Un examen des tendances de l'opinion romande en la matière, sous forme d'« enquête Gallup », par exemple, devrait être envisagé.

5. Une petite commission de travail devrait faire une étude approfondie de la presse romande pour mettre au point un numéro de la *Revue syndicale* entièrement consacré à cette question et qui pourrait être publié au moment du lancement de la campagne prévue sous chiffre 3.

A condition de partir de l'avant sans trop tarder, il devrait être possible d'obtenir assez rapidement des renseignements permettant de prendre les décisions utiles et aussi de disposer dans l'intervalle des moyens les plus efficaces lors des campagnes que nous devons mener sans disposer de la presse dont nous aurions besoin.

L'orientation professionnelle en Suisse romande

Par James Schwar

Dans la *Revue syndicale suisse* de décembre dernier, Ferdinand Böhny consacrait à « L'orientation professionnelle en Suisse » une étude fort intéressante. On nous permettra de la compléter par un article de M. Schwar, tiré d'*Orientation et formation professionnelle* de septembre/octobre 1952, qui brosse un tableau particulier de la situation en Suisse romande.

Bien que dans les divers cantons romands l'orienteur, comme partout, cherche à connaître la personnalité profonde des jeunes gens (et parfois des adultes), leurs aptitudes, leurs possibilités de rendement, pour les diriger et souvent les placer dans la profession où ils donneront le meilleur d'eux-mêmes, les méthodes de travail, ainsi que l'organisation des offices diffèrent d'un canton à l'autre. Afin de resserrer les liens qui unissent néanmoins tous les conseillers de profession, il a été créé en 1950 un groupement des orienteurs professionnels (G. R. O. P.), qui a surtout pour but de favoriser le développement de l'orientation professionnelle en Suisse