

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** - (1980)  
**Heft:** 563

**Rubrik:** Point de vue

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 16.03.2025

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

## POINT DE VUE

### Pressions sur la presse: la leçon du «Tages Anzeiger»

Les annonceurs n'exercent-ils pas de pressions sur la presse?

Combien de fois n'a-t-on entendu cette question un peu naïve posée aux éditeurs de journaux et aux rédacteurs en chef! Et ces derniers de répondre, sans gêne et même avec assurance: mais bien sûr, nous subissons des pressions en permanence! Les interlocuteurs, surpris par cette réaction, n'osent souvent pas pousser plus loin car, évidemment, une telle réponse sous-entend que l'éditeur s'oppose naturellement avec force aux pressions.

La discrétion, la timidité de la part des «consommateurs» de la presse permet aux éditeurs de rester constamment à l'ombre, dans le flou et de pratiquer une ambiguïté dont le lecteur est finalement dupe.

Admettons-le: la position de l'éditeur n'est pas facile. Son journal est financé à 70 ou 80% par les recettes provenant de la publicité et à 20 ou 30% seulement par la vente du journal ou les abonnements. Par conséquent, un journal doit être riche et avoir beaucoup d'annonceurs pour résister à d'éventuelles pressions.

Le *Tages Anzeiger* est un journal riche: deuxième quotidien suisse après *Blick*, il atteint aujourd'hui un tirage de 264 000 exemplaires. L'année dernière, son bénéfice net a dépassé 8 millions de francs (à titre de comparaison, le plus riche des quotidiens romands, *24 Heures*, en a fait 700 000 francs en 1979).

#### L'AIDE AUX PETITS JOURNAUX

Le *Tages Anzeiger* subit le boycottage des grands importateurs suisses de voitures depuis un an et demi: une perte de 500 000 francs par mois. Petit calcul économique: les vendeurs d'automobiles répercutent leurs dépenses publicitaires sur le prix de vente; chaque acheteur d'une voiture neuve participe donc, depuis mars 1979, au boycottage du *Tages Anzeiger*. Par contre, il participe activement à «l'aide à la presse», puisqu'une partie de son argent va dans les petits journaux locaux qui profitent maintenant d'une publicité accrue en matière de moyens de transport privés; c'est ainsi qu'un casse-tête de la commission d'experts a trouvé une solution au moins partielle: prendre l'argent aux riches pour le distribuer aux pauvres...

Il y a deux mois, le grand magasin Globus, dont

la direction était mécontente des articles du *Tages Anzeiger* consacrés aux manifestations à Zurich, a diminué de moitié sa publicité dans ce quotidien. Maintenant, c'est le tour de la Migros...

Les nouveaux financiers de la presse à tirage modeste ont lu un petit article que l'Union centrale des Associations patronales suisses a publié en juillet et dans lequel elle a incité les annonceurs à boycotter ce journal «qui soutient pratiquement la ligne du parti socialiste de Zurich»... et ils ont agi en conséquence.

Le *Tages Anzeiger*, journal riche, résiste... jusqu'où, jusqu'à quand? Peter Studer, président de la rédaction en chef, répond qu'en principe, son journal résiste et poursuit sa ligne politique... «mais à long terme, même un *Tages Anzeiger* ne saurait s'accommoder d'une baisse continue des annonces».

#### LA DÉCOMPRESSION

De son côté, l'administrateur-délégué du Konzern Globus-ABM, M. Hans Mahler, a déclaré à la radio alémanique que «si nous soutenons déjà un journal par nos annonces, nous voulons aussi pouvoir nous identifier avec ses articles». Qui parle là de pressions? a dit M. Georges Hertig, commerçant et annonceur, lors de l'émission

## LE CARNET DE JEANLOUIS CORNUZ

### De C.-F. Landry à J.-P. Sartre

Je me suis dit: «Ils» contestent... A Zurich, à Lausanne, ils descendent dans la rue... A Lausanne, un «fou» détruit *l'Exécution du Major Davel*, de Gleyre...

Il faut réagir! Il faut tenter de «leur» redonner un idéal patriotique!  
Guillaume Tell?

C'est un Suisse allemand... Et puis, ça fait tout de même pas mal de temps!

Alors, le Major Davel? Le Major Davel, notre Major!

Je me suis dit: Je vais prendre *Jean-Daniel-Abraham Davel*, de C.-F. Landry, un auteur bien de chez nous, que depuis longtemps, je désirais lire avec mes élèves.

Son *Davel*, je ne connaissais pas. Mais je connaissais *La Devinaize*, et *Ciel d'Eau*, et son excellent *Garcia*, et son *Affaire Henri Froment* (excellent, lui aussi), et son *Charles le Téméraire*, paru à la

Guilde et à Rencontre - fallait le faire!

*Jean-Daniel-Abraham Davel, le patriote sans patrie* (Plaisir de Lire), pour tenter de réveiller tout au moins en eux le patriotisme vaudois...

Pauvre ami!

«On lui aurait pardonné de plaider la cause de petites gens, encore que cela parût futile. Mais ce dangereux illuminé n'aurait-il pas rendu à leur première destination toutes ces pensions, si on l'avait laissé faire... Il y avait dans l'assemblée des gens qui touchent... Et ceux qui touchent sont les plus purs défenseurs du souverain... Ils auraient risqué

sion «Table ouverte» à la Télévision romande. C'est tout faux! Ce sont en fait les journalistes qui exercent des pressions; nous ne faisons que de la *décompression*!

Cette «décompression», si elle est proportionnelle au pouvoir financier, est tout de même quatre fois plus forte que la «pression» des journalistes, à supposer qu'ils puissent compter sur l'appui matériel fourni par les lecteurs. Tout semble indiquer que la décompression devient de plus en plus efficace...

Les annonceurs récalcitrants peuvent d'ailleurs compter pleinement sur les pouvoirs publics locaux qui décompressent également. L'article de l'écrivain Reto Hänni décrivant les circonstances de son arrestation et les traitements subis dans les cellules de la police zurichoise n'a pas paru dans le magazine du *Tages Anzeiger*: un tiré à part privé a été distribué à 5000 exemplaires et le récit vient de paraître dans le journal *Tell*. Ah, ces gauchistes! Toujours à l'affût du sensationnel...

Le cercle vicieux peut d'ailleurs finir en spirale quand la pression des annonceurs devient indirecte et s'exerce sur l'imprimerie du journal: on retire des commandes sans toucher à la «liberté de la presse».

Qu'en pense la commission d'experts?

Que peut-on faire? La commission chargée

d'élaborer une conception globale des mass media a-t-elle des conseils, des recettes à proposer?

Son président, M. Hans Kopp, avoue qu'il ne voit qu'un seul moyen possible: créer un fonds de compensation pour les media, pour secourir des entreprises de presse en difficulté. Mais qui payerait et qui déciderait de l'utilisation des fonds? M. Kopp ne sait pas, mais il sait qu'il n'existe pas d'autres moyens: «Dans tous les cas, la liberté de l'annonceur doit être sauvegardée.»

Bien sûr. Mais il y a encore le lecteur. Qui ne sait pas toujours que son journal change — discrètement — sa ligne politique, atténue sa critique, publie un article complaisant qui ne correspond pas tout à fait à la réalité: tout cela, à la suite de pressions, de négociations obscures, de directives internes à la rédaction... en fait, le lecteur ignore presque tout!

Que faire?

Un quotidien libéral a déclaré qu'en cas d'aide financière directe à la presse, il la refuserait net et indiquerait dans son sous-titre: «Quotidien non subventionné par l'Etat.» En attendant cette aide et par analogie, nous suggérons que certains journaux ajoutent dans leur sous-titre: «Ce journal est subventionné par les grands magasins, les milieux immobiliers, les fabri-

cants de cigarettes et les bureaux de voyage.»

Les rédacteurs le savent, pourquoi pas les lecteurs? Ce serait un premier pas vers une meilleure transparence du journal.

On dit que le lecteur a le journal qu'il mérite: c'est une plaisanterie. Car c'est l'éditeur qui a les annonceurs qu'il mérite. Pendant des décennies, les éditeurs de journaux ont ménagé financièrement leurs lecteurs: au lieu de vendre l'information à son juste prix, ils ont fait de la sous-enchère. Il n'y avait aucune commune mesure entre le prix du journal et le tarif de publicité... et le lecteur s'est fort bien habitué à recevoir son journal lourdement subventionné par les annonceurs. Le quotidien est peut-être la seule marchandise qui ne soit pas vendue à sa valeur!

Maintenant, il est trop tard: nous allons vers le journal d'information gratuit. Quand les recettes provenant des abonnements et de la vente du journal seront descendues au-dessous de 20%, les éditeurs décideront probablement de l'offrir gratuitement à toute la population. Les annonceurs financeront alors la totalité du coût du journal.

Arrivé à ce stade, l'éditeur pourra constater qu'il y aura *une* pression de moins: celle des lecteurs.

**Ernest Bollinger**

de voir, demain, l'argent qui entrait dans son poche servir à réparer des temples où, disait le Traître, il y avait des gouttières...

Quant il eut touché aux questions d'argent, on sut ce qu'il était: un criminel.

Que le pouvoir changeât de mains, ce n'eût pas été grave. Mais que l'argent changeât de poches, voilà le véritable danger.

Que le pays fût libre, qu'est-ce que cela pouvait bien vouloir dire? Est-ce que nous, les malins, on n'était pas libres de procéder? Est-ce qu'on n'était pas libres de tripatouiller...» (pp. 48-49).

«Mais il restait au major à subir quelque chose de plus douloureux que la torture. Les épiciers, les mercantis, les marchands, les cotonneux, les bons Vaudois de la rue de Bourg, la crème du dessus du panier de la ville, ceux qui aimaient l'argent sans odeur, ceux enfin pour qui il s'était levé de son heureuse sécurité d'homme privé, ceux à qui il était venu porter la liberté au premier printemps, ceux-là se querellaient, revendiquant le droit de le juger...

On n'est jamais mieux trahi que par les siens. (...) Ainsi, trente et un nobles citoyens et bourgeois de

la rue de Bourg s'assemblèrent le 17 avril dans la cour du château de Lausanne, un samedi, «pour contribuer à rendre sentence.»» (p. 107)

Et sur ces trente et un, trente votèrent la mort...

Je suis Vaudois de Lutry et d'Echallens... Espérons qu'un éventuel ancêtre à moi fut précisément ce trente-et-unième... Mais je crois que je vais changer de texte — au cas où ils ne comprendraient pas que, depuis 1798, au plus tard 1848, tout est désormais pour le mieux... — et prendre *On a bien raison de se révolter*, de Sartre: c'est tout de même moins compromettant!

**J. C.**