

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1981)
Heft: 580

Artikel: Le hit-parade des tirages en Suisse romande
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1011943>

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: 30.03.2025

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

importante par exemple dans la «NZZ» — sujets largement développés, à l'intention de lecteurs spécialisés — que dans «Blick»). Sans atteindre des sommets, l'intérêt des éditeurs considérés s'est renforcé: constat encourageant.

QUANTITÉ ET QUALITÉ

Mais J.-J. Daetwyler ne se borne pas à un examen quantitatif; il se risque à une appréciation qualitative du traitement de l'information scientifique, sans pouvoir aborder, faute de moyens, le contenu même des articles, leur fiabilité, la façon dont les lecteurs les ont reçus.

S'agissant des thèmes traités, l'écologie et l'énergie

Le voisinage publicitaire peut constituer un indice du degré d'intérêt que l'annonceur porte à la présence de telle ou telle catégorie d'information (exemple typique: les rubriques «gastro-nomiques»). La proximité d'articles scientifiques peut être souhaitée par l'annonceur en fonction du public visé par sa campagne publicitaire (par exemple, vente d'appareils médicaux ou d'équipements techniques). Dans quatre des cinq journaux dépouillés en 1979 la proportion des articles situés à proximité de publicité oscille en 30 et 40%; dans «Blick» ce pourcentage monte à 95%. L'espace rédactionnel se vend aussi.

d'une part, la médecine et l'hygiène d'autre part sont les plus fréquentés «peut-être parce qu'ils sont considérés comme plus proches des préoccupations quotidiennes et censés intéresser davantage le public».

Le décortiquage des rythmes de parution est également révélateur. En 1976, on note d'une part les journaux qui rassemblent l'information scientifique en une page ou supplément hebdomadaire («NZZ», par exemple): le lecteur intéressé trouvera ainsi sans peine les textes qui l'intéressent, «mais cette méthode reflète aussi une conception élitiste de la science dans la mesure où l'informa-

tion sur le domaine en question échappe alors plus ou moins systématiquement aux autres lecteurs». Dans d'autres quotidiens, on tente «d'aller au-devant du lecteur» en plaçant les rubriques scientifiques à proximité d'actualités qui connaissent un taux de lecteurs élevé (chronique en page 2 de «24 Heures»). En 1979, la distribution paraît plus égale au cours de la semaine dans les cinq journaux considérés, avec pourtant une pointe (sauf dans «Blick») dans les éditions du week-end.

Le placement et la mise en valeur des articles reflètent aussi dans une certaine mesure une façon d'apprécier l'importance de la science dans son contexte humain et social. En 1976, elle n'est guère mise en valeur. En 1979, s'il semble y avoir amélioration, elle n'est pas encore particulièrement patente (Daetwyler a mis au point un système d'évaluation tenant compte de la place du texte dans le corps du journal, du voisinage de la nature du texte qui est à proximité immédiate, du titre et de la typographie, entre autres critères qui font partie du «ménagement de l'édition»).

Dernière note qui a son importance: la majeure partie de l'information scientifique présentée dans les cinq quotidiens retenus en 1979 est élaborée spécialement au coup par coup: deux tiers des articles sont des textes d'auteurs, signés.

¹ Première partie de l'enquête publiée dans «Politique de la science» 4/1976 (pp. 241-245).

ANNEXE

Le hit-parade des tirages en Suisse romande

Les journaux qui acceptent de faire «contrôler» leur tirage devraient en principe se soumettre à un tel examen au moins tous les trois ans (à la clef de cet exercice, notamment, la classification des publications selon différents barèmes publi-

taires). Il semble que cette obligation soit plus ou moins bien respectée, si nos fiches sont tout à fait à jour. Voyez plutôt les indications en notre possession, qui nous autorisent à établir le tableau suivant de l'état des tirages de la presse romande au début de février (en italique, l'année du contrôle):

	<i>Tirage</i>	<i>Rang</i>
1981		
Le Démocrate (Delémont)	17 054	10
1980		
Tribune de Genève	70 608	2
Le Nouvelliste/Feuille d'Avis du Valais (Sion)	39 327	5
L'Impartial (La Chaux-de-Fonds)	30 940	8
Est Vaudois (Montreux)	11 250	12
Journal du Jura/Tribune jurassienne (Bienne/Moutier)	14 586	11
Feuille d'Avis de Vevey	9 302	15
1979		
24 Heures (Lausanne)	93 347	1
Journal d'Yverdon	8 334	17
La Liberté (Fribourg)	32 109	7
Le Courrier de Genève	8 556	16
1978		
Feuille d'Avis de Neuchâtel	36 740	6
La Suisse (Genève) semaine	64 440	3
dimanche	107 232	
1977		
Tribune-Le Matin semaine	49 767	4
(Lausanne) dimanche	118 154	
Journal de Genève	18 764	9
Gazette de Lausanne	9 555	14
Nouvelle Revue de Lausanne	8 106	18
1976		
Le Pays (Porrentruy)	11 089	13

Total des tirages des jours ouvrables: 533 874. Total dans lequel Lousonna, avec ses trois quotidiens, «La Suisse», «24 Heures» et «TLM», se taille la part du lion: 207 554 (38,9%), tout en conservant un monopole absolu sur les dimanches (100%).