Les médias suisses mis à l'épreuve

Autor(en): **Müller, Jürg**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger**

Band (Jahr): **45 (2018)**

Heft 1

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-911636

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

Les médias suisses mis à l'épreuve

Attaque du service public par l'initiative No Billag, lutte de la presse pour sa survie, nouvelles approches modérées dans les médias en ligne: le paysage médiatique suisse est en plein bouleversement.

JÖRG MÜLLER

Il est encore difficile de savoir si l'initiative No Billag restera sans conséquence ou aura l'effet d'une véritable bombe nucléaire dans les médias. La forme abrégée du titre de l'initiative a été judicieusement choisie: la Billag, qui prélève les redevances radio et télévision, suscite à peu près autant la sympathie de la population que l'administration fiscale. Mais ce n'est pas la société Billag qui est concernée par l'initiative populaire: ce qui est en jeu, c'est n'est ni plus ni moins l'avenir du paysage médiatique suisse. Elle demande la suppression pure et simple des redevances radio et télévision. Son approbation le 4 mars signerait la fin de la diffusion des programmes. La Société suisse de radiodiffusion et télévision (SSR) perdrait son principal financement et 34 chaînes de radio ou de télévision privées seraient aussi largement affectées.

C'est un petit groupe soutenu par quelques jeunes membres de l'UDC et du PLR qui est à l'origine de cette initiative lancée il y a quelques années. Au début, personne ne les a pris au sérieux. Mais il est clair que ce petit groupe insignifiant au départ a finalement provoqué le débat le plus fondamental et le plus violent sur la politique médiatique que la Suisse ait jamais connu. Si le oui l'emportait, le système médiatique helvétique serait ébranlé jusque dans ses fondements. «Ce serait un désastre pour la Suisse», déclare Silke Adam, enseignante et directrice de l'Institut des sciences de la communication et des médias de l'Université de Berne, «car le journalisme de qualité en Suisse est déjà confronté à d'importants problèmes de financement.»

Le journalisme traditionnel en crise»

Ce débat sur la radio publique surgit au moment même où les médias suisses sont déjà soumis à rude épreuve. Pression des coûts, concurrence avec internet et chute des recettes publicitaires: la presse doit se réinventer. Selon Silke Adam, «le journalisme traditionnel connaît une crise profonde.»

Internet offre une abondance d'informations encore jamais égalée, mais il manque souvent une vue d'ensemble et un regard critique sur les sources. Chacun peut trouver sur la Toile ce qui lui plaît. Les internautes courent ainsi le risque de se perdre dans leur microcosme en ne lisant que des informations qu'ils choisissent précisément parce qu'elles confirment leur opinion. Cette situation met le discours démocratique en danger. Beaucoup de gens pensent qu'à une époque marquée par un flot d'informations débordantes et manipulables par des fake-news, on a besoin d'une autorité de régulation et de hiérarchisation engagée envers le public et non envers ceux qui ont le pouvoir. Des journalistes indépendants et bien formés pourraient jouer ce rôle de régulation, en fournissant des articles de fond, des reportages fouillés, des réflexions ainsi que des débats menés publiquement et en toute transparence. Silke Adam rappelle qu'il est indispensable dans une démocratie directe de proposer des discussions de ce type offrant une vue générale.

Pourtant, face à internet, les médias traditionnels sont en mauvaise posture. Les fonds publicitaires alimentent largement les médias sociaux et les plates-formes gérées par des algorithmes comme Google et Facebook. «La publicité comme principale source de revenus des éditeurs délaisse le journalisme. Aujourd'hui, il est difficile de refinancer des prestations journalistiques», explique Silke Adam. Parallèlement, les médias se battent aussi contre la culture de la gratuité ancrée chez les utilisateurs.

Les grandes maisons d'édition bouleversent le monde de la presse

Bien qu'il y ait toujours un grand nombre de journaux en Suisse, la diversité de la presse diminue et la concentration s'accentue rapidement. Les trois plus grands éditeurs suisses contrôlent aujourd'hui plus de 80 % du marché suisse alémanique. Tamedia détient le Tages-Anzeiger, le Bund, la Berner Zeitung, la Sonntags Zeitung, le gratuit 20 Minutes et plusieurs autres journaux; Ringier possède le Blick, le Sonntags Blick, le Schweizer Illustrierte ainsi que d'autres titres et stations de radio; quant au groupe NZZ, il contrôle la Neue Zürcher Zeitung, la NZZ am Sonntag, la Luzerner Zeitung, le St. Galler Tagblatt et quelques stations de radio.

Actuellement, Tamedia entreprend des changements particulièrement frappants. Ce conglomérat a le taux de pénétration le plus grand en Suisse. Avec «20 Minutes», le quotidien gratuit des pendulaires, il possède le média le plus lu de Suisse, dont la version imprimée touche à elle seule deux millions de lecteurs chaque jour. Ce succès attire naturellement la publicité. L'entreprise réalise aussi des profits importants avec le commerce d'adresses et les places de marché sur internet comme la plate-forme de vente Ricardo ou les sites d'annonces Homegate et Immostreet. En 2016, Tamedia a généré un bénéfice de 122 millions de francs, soit plus qu'aucun autre groupe médiatique.

Alors que certaines activités de Tamedia sont extrêmement lucratives, le secteur des quotidiens traditionnels va mal. Ce groupe connu pour viser le profit maximum n'investit presque plus dans le journalisme. Au lieu d'injecter les bénéfices dans des projets médiatiques innovants, il ne cesse, depuis 20 ans, de supprimer des postes pour faire face à la baisse des abonnements et des recettes publicitaires. Cela a conduit à la forme de concentration de la presse interne la plus spectaculaire jamais vue. Les 14 titres de Tamedia existent certes toujours, mais la politique nationale, l'actualité étrangère, l'économie, la culture, la société, les sujets de fond, les sciences et le sport sont réunis dans deux rédactions centrales, l'une en Suisse alémanique et l'autre en Suisse romande, qui imposent à tous leurs journaux la même mise en pages prédéfinie. Les quotidiens bernois de Tamedia en subissent de plein fouet les conséquences: le Bund et la Berner Zeitung qui avaient jusqu'à présent des profils très spécifiques ne se différencieront plus que par leurs pages locales.

Un milliardaire avide de pouvoir

À la faveur de cette évolution, un multimilliardaire occupe une place de plus en plus grande dans les médias suisses; il s'agit de l'entrepreneur, vétéran de l'UDC, et ancien conseiller fédéral Christoph Blocher. L'année dernière, il a fait main basse sur l'éditeur Zehnder. Zehnder? Cet éditeur quasi inconnu est pourtant puissant, avec ses 38 titres et près de 800 000 lecteurs. Ces hebdomadaires sont surtout répandus en Suisse orientale, de Zurich aux Grisons, mais aussi dans les régions de Lucerne, Zoug, Entlebuch, Emmental,

Ces dernières années, Tamedia a supprimé beaucoup de postes, provoquant des vagues de protestation, comme celle de 2016 parmi les membres de la rédaction du journal «24 heures» à Lausanne. Photos: Keystone

Ce studio cessera-t-il bientôt d'émettre? La suppression de la redevance Billag pourrait remettre en question l'existence de la SSR.

Berne, Haute-Argovie et Argovie. Christoph Blocher acquiert ainsi non seulement des journaux, mais aussi un réseau de distribution qui peut si nécessaire être aussi utilisé à des fins politiques.

Il y a longtemps que Christoph Blocher œuvre à la construction de son empire médiatique. Il possède sa propre chaîne de télévision Teleblocher et contrôle la Basler Zeitung depuis plusieurs années. Il a tenté et tente régulièrement par différents moyens de mettre la main sur de grands éditeurs et journaux, comme la Neue Zürcher Zeitung et le tabloïd Blick.

Cependant, de nouvelles approches viennent renouveler le paysage médiatique, des approches pour ainsi dire venues «d'en bas» qui tentent de donner un nouvel élan au journalisme suisse: les médias entièrement numériques. Outre des sites relativement petits comme Infosperber et Journal 21, Republik vient de se lancer, affichant de grandes ambitions et de belles paroles: «Le journalisme est un enfant des Lumières. Il a pour mission de critiquer le pouvoir. C'est pourquoi le journalisme doit être plus qu'une activité comme une autre au sein d'un grand groupe.» Republik veut être un magazine numérique indépendant qui met l'accent sur la hiérarchisation des informations et des recherches approfondies. Il compte se passer d'annonceurs et se financer uniquement grâce à ses lecteurs. L'abonnement annuel coûte au moins 240 francs.

Son lancement a eu un écho spectaculaire grâce à un financement participatif organisé en avril 2017. Jamais auparavant une action de crowdfunding pour un projet médiatique n'avait connu un tel succès. Les fondateurs de Republik voulaient récolter 750 000 francs en un mois. Ils ont eu la surprise de recueillir 1,8 million de francs dans les 24 premières heures, avant même la parution du premier article.

«Le quatrième pouvoir» arrive au cinéma

Pour le réalisateur bernois Dieter Fahrer, cet enthousiasme montre que le besoin d'information, de hiérarchisation des informations et de journalisme existe toujours. Il s'est intéressé pendant près de trois ans aux médias suisses et a réalisé un documentaire intitulé «Die Vierte Gewalt» (le quatrième pouvoir) qui sort en salles mi-février. Ce film présente des journalistes dans leur travail quotidien, les interroge sur les possibilités et les limites de leur métier, sur les changements fulgurants dans l'économie de l'attention et les répercussions sur l'opinion publique et le discours démocratique. Dieter Fahrer serait heureux que ce documentaire contribue à faire prendre conscience aux gens qu'un journalisme de qualité requiert du temps et de l'argent.

Le fait que l'on tourne des films sur la question des médias souligne l'urgence et l'importance de ce sujet. Pour la première fois, le débat sur les médias n'est plus abstrait, il devient quelque chose de concret qui ne laisse personne indifférent: on pourra se prononcer dans les urnes pour le démantèlement de la radio et la télévision suisses, ou s'engager pour le maintien de la SSR. Beaucoup verront dans leur journal de prédilection comment se manifeste le démantèlement de la presse, notamment par une uniformisation accrue.

Christoph Blocher, associé de la Basler Zeitung, a aussi racheté l'éditeur Zehnder et ses 38 titres l'année dernière. (Sur la photo: Blocher en face-à-face avec Susan Boos de la WoZ.)

«Dans une démocratie, l'information doit être accessible à un large public», comme l'a écrit la spécialiste des médias Silke Adam sur la plate-forme d'information Infosperber. «Les personnes diplômées auront toujours accès à l'information, mais il faut veiller à maintenir le seuil d'accès à l'information relativement bas.» Silke Adam n'a pas de solution miracle face aux défis actuels de la presse: «Mais je pense qu'on ne peut pas se passer du service public. Une étude récente montre que dans les pays où les médias sont financés par le marché, la différence entre l'information des personnes les plus et les moins formées est plus importante que dans les pays disposant d'un système médiatique subventionné par une redevance.»

Des médias entièrement financés par le marché ou un service public?

Le débat sur l'avenir de la radio et de la télévision publiques qui agite actuellement la Suisse n'a jamais été aussi âpre. La suppression de la redevance radio et télévision, comme le demande l'initiative No Billag, diminuerait de 75 % les revenus des diffuseurs de programmes radio et télévision concessionnaires. Sur leur site Web, les initiants arguent que «l'obligation de payer des redevances pour la radio et la télévision limite la liberté de choix de chaque individu». Chaque personne doit pouvoir décider de la manière dont elle souhaite dépenser l'argent durement gagné. C'est pourquoi les partisans de No Billag veulent mettre fin au «quasi-monopole» de la SSR et le remplacer par une concurrence entre les médias.

La diversité de la presse en Suisse diminue alors que la concentration au sein de quelques maisons d'édition s'accélère.
Photos Keystone

Les initiants souhaitent un paysage médiatique qui «obéit à une pure logique de marché», écrit le Conseil fédéral dans son message sur l'initiative populaire. Il met en garde contre la disparition d'offres comparables et de qualité dans toutes les régions linguistiques et ajoute que ce serait la fin du service public, que la diversité de l'offre et des opinions à la radio et à la télévision diminuerait et qu'il serait difficile de maintenir un journalisme de qualité. Il rappelle que le système actuel garantit en revanche des médias électroniques qui contribuent au bon fonctionnement de la formation démocratique de l'opinion et de la volonté ainsi qu'au développement culturel et qu'en tant qu'association indépendante des intérêts politiques et économiques, la SSR est tenue de garantir dans ce contexte une offre variée tenant aussi compte des intérêts des minorités.

Violente prise de bec au Parlement

Comme le Conseil fédéral, le Parlement s'oppose aussi catégoriquement à l'initiative. Les déclarations favorables émanent jusqu'à présent uniquement de l'UDC. Le conseiller national UDC Lukas Reimann parle «d'arnaque», son homologue Claudio Zanetti reproche à la SSR d'être fidèle au gouvernement, favorable à l'UE et trop à gauche dans ses informations. Enfin, l'UDC Thomas Müller qualifie la SSR de «fabrique d'opinions financée par la redevance».

La large coalition des opposants pense exactement le contraire. La conseillère nationale PDC Ida Glanzmann déclare que si les médias étaient exclusivement contrôlés par des groupes privés, l'opinion serait influencée et manipulée. Le PS Matthias Aebischer met même en garde contre une «Berlusconisation» de la Suisse, soit contre une concentration des médias entre les mains des milliardaires. Le président du groupe PS Roger Nordmann explique que si l'initiative était approuvée, la SSR serait moins attractive pour la publicité, car son public serait moins large. Selon lui, cela profiterait aux fenêtres publicitaires des télévisions étrangères, à Google et à Facebook. Pour la présidente des Verts,

Les groupes AZ Medien et NZZ fusionnent leurs titres régionaux

La nouvelle nous est parvenue à la dernière minute: AZ Medien et le groupe de médias NZZ ont annoncé qu'ils allaient regrouper leurs titres régionaux et créer une société qui réunira sous un même toit 20 titres payants dans 13 cantons. Les deux groupes souhaitent faire de la nouvelle société le numéro un du marché en Suisse alémanique. Et si on considère l'ensemble des titres régionaux des deux éditeurs, ils couvrent effectivement une grande partie de la Suisse alémanique, depuis sa partie orientale jusqu'à Soleure, en passant par la Suisse centrale. La fusion doit encore être approuvée par la Commission de la concurrence.

Regula Rytz, cette initiative est «purement destructrice» et va à l'encontre de la démocratie directe. La conseillère nationale PDC Viola Amherd juge pour sa part qu'il s'agit d'une question qui touche à l'essence même de la Suisse: l'initiative menace non seulement l'indépendance de l'information, mais aussi la compréhension mutuelle entre les régions linguistiques et entre les villes et les campagnes. Les régions périphériques et les minorités linguistiques sont particulièrement concernées.

Cet argument est capital: aucune entreprise médiatique privée ne pourrait couvrir dans toutes les régions les coûts de production de programmes radio et télévision de qualité dans ce petit pays fortement morcelé linguistiquement et culturellement. Seule la SSR en est capable, car si elle perçoit 70 % de la redevance en Suisse alémanique, elle n'en réinvestit que 45 % dans cette région. Le reste est utilisé comme subvention croisée en Suisse romande, italienne et romanche. Les recettes sont réparties de manière à ce que les minorités profitent de la majorité: l'offre proposée en Suisse romande, italophone et romanche est ainsi similaire à celle de la Suisse alémanique. C'est la traduction dans le journalisme de l'idée de nation née d'une volonté politique commune.

Disparité des opposants à la SSR

Les partisans de l'initiative No Billag reprochent à la SSR d'être devenue trop puissante dans le paysage médiatique et de ne laisser que peu de place aux prestataires privés. En réalité, à l'échelle suisse, la SSR est un géant. Depuis sa création en 1931, elle s'est énormément développée, compte aujourd'hui 6000 employés et exploite 17 stations de radio et sept chaînes de télévision, ainsi que des services en ligne et Swissinfo en 10 langues. C'est donc la plus grande entreprise de médias électroniques en Suisse. Elle génère un chiffre d'affaires annuel de 1,65 milliard de francs et se finance à 75 % avec la redevance et à 25 % avec les activités commerciales.

L'image nostalgique des anciens émetteurs nationaux Beromünster, Sottens et Monte Ceneri appartient depuis longtemps au passé. Être aujourd'hui aussi grand que la SSR, c'est s'attirer des ennemis. Le refus clair et net de l'initiative No Billag au Parlement est donc en aucun cas un indicateur fiable de l'opinion générale, qui est pour le moins ambivalente. Si les programmes de la SSR sont généralement bien notés dans les classements et les sondages et bénéficient d'un large soutien, surtout les chaînes d'information, l'initiative No Billag pourrait malgré tout profiter d'une opposition très hétéroclite. Il y a entre autres l'UDC, qui entretient une relation ambiguë avec la SSR. Elle la considère, tout comme la droite bourgeoise, ancrée à gauche. La SSR est non seulement sous le feu de critiques politiques, mais aussi économiques. Elle agace certaines maisons d'édition, qui exigent notamment qu'elle soit redimensionnée et renonce aux offres spécifiques à internet.

Jeter le bébé avec l'eau du bain

Les programmes de la SSR sont suivis chaque jour par des millions de personnes. Ces dernières ne sont évidemment pas toutes d'accord avec l'ensemble de ce qui leur est proposé à la radio et à la télévision. Critiquer les contenus médiatiques est non seulement légitime, mais aussi nécessaire et favorise la qualité. La votation sur l'initiative No Billag pourrait inciter beaucoup d'électeurs à exprimer leur mécontentement à l'égard de certaines chaînes en glissant un bulletin favorable dans l'urne et jeter ainsi le bébé avec l'eau du bain. N'oublions pas non plus tous ceux qui se laisseront facilement convaincre par l'argument des «redevances obligatoires», en particulier les jeunes qui s'informent souvent exclusivement sur internet et qui ont grandi avec les médias gratuits.

Dans le contexte actuel de la lutte de la presse pour sa survie, un oui à l'initiative provoquerait un séisme dans la politique médiatique. La Suisse serait le seul pays de toute l'Europe sans radio publique. Les initiants déclarent certes qu'ils ne visent pas la SSR, mais la suppression des redevances Billag obligatoires. La SSR n'est pas mentionnée dans le texte de l'initiative. Elle devrait pouvoir continuer à produire et à diffuser des émissions, même en cas de suppression de la redevance Billag. Mais elle devrait se financer seule, comme la majorité des entreprises. Or, il est illusoire de croire qu'il serait possible de financer l'offre variée et de qualité que propose actuellement la SSR en faisant uniquement appel au marché. La réalité serait sûrement différente: la suppression des redevances, et donc le démantèlement de fait de la SSR dans sa forme actuelle, faciliterait l'accès au marché de groupes médiatiques financièrement solides, notamment les géants d'internet ayant leur siège à l'étranger.

À l'instar des États-Unis, on peut déjà esquisser les contours d'un système audiovisuel non basé sur les redevances: la radio et la télévision y sont commercialisées et politisées à outrance et sont bien souvent de vraies chaînes de propagande. Cela favorise la polarisation de la société et sape la recherche de consensus, sur laquelle se fonde la démocratie. L'ancien directeur général de la SSR Roger de Weck a déclaré l'année dernière que cette situation menaçait aussi la Suisse, faute d'un financement suffisant du journalisme. Selon lui, il en résulterait un paysage politique dans lequel de plus en plus de forces politiques ne défendraient plus les valeurs fondamentales des Lumières et seraient tentées de prendre le contrôle des médias qui soutiennent encore ces valeurs.