

Zeitschrift: Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger
Herausgeber: Organisation des Suisses de l'étranger
Band: 25 (1998)
Heft: 3

Rubrik: Impressum

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

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

SOMMAIRE

Forum

La presse en mutation 4-7

Fonds-Info

8

Pages officielles

9/10

Histoire

La presse suisse pendant la 2^e Guerre mondiale 11

Politique

Rapport de la Commission Brunner 12

TV News

Les programmes de la SSR distribués dans toute l'Europe 13

Scrutin

Résultats des votations fédérales du 7 juin 1998 14/15

Mosaïque

16/17

Ping-Pong

Trois Suisses de l'étranger débattent de la Suisse 18

SSE-Info

19

Page de couverture

De plus en plus de journaux et périodiques, la radio et la télévision suisses abordent les mêmes sujets d'une manière identique. Quel bonheur lorsque l'un d'eux fait preuve d'originalité!

(Caricature: Heinz «Pfuschi» Pfister)

IMPRESSUM

La Revue Suisse, qui est destinée aux Suisses de l'étranger, paraît pour la 25^e année en allemand, français, italien, anglais et espagnol, en plus de 20 éditions régionales, avec un tirage total de plus de 320 000 exemplaires. Les nouvelles régionales paraissent quatre fois par an.

Rédaction: René Lenzin (RL), Secrétariat des Suisses de l'étranger (responsable); Alice Baumann (AB), Bureau de presse Alice Baumann Conception; Pierre-André Tschanz (PAT), Radio Suisse Internationale; Robert Nyffeler (NYF), rédacteur des communications officielles, Service des Suisses de l'étranger, DFAE, CH-3003 Berne. Traduction: Marie-Hélène Zurkinden.

Editeur/Siège de la rédaction/Publicité: Secrétariat des Suisses de l'étranger, Alpenstrasse 26, CH-3000 Berne 16, tél. +41 31 351 61 00, fax +41 31 351 61 50, CCP 30-6768-9. Impression: Buri Druck AG, CH-3084 Wabern. Changement d'adresse: prière de communiquer votre nouvelle adresse à votre ambassade ou à votre consulat; n'écrivez pas à Berne. Merci.

Internet: <http://www.revue.ch>

N° 3/98 (26.06.1998)



Mon premier rédacteur en chef était simultanément éditeur et, plus tard, également président de la première radio locale du lieu. Lorsqu'il s'agissait d'écrire l'éditorial concernant des élections ou des votations, il imposait son opinion, même contre tous. Nous, jeunes de la rédaction, trouvions cela scandaleux.

Dix-sept ans plus tard, plus personne ne se formalise d'une telle concentration de pouvoir. L'autocensure joue aujourd'hui avant même la discussion. Mon rédacteur en chef, maintenant retraité, serait à présent mis en minorité non par les membres de la rédaction, mais par les annonceurs.

La plupart des médias de Suisse appartiennent aujourd'hui à sept grands groupes dont le chiffre d'affaires varie entre 300 millions et deux milliards de francs. Quelques stratèges en marketing déterminent la position de nombreuses rédactions. Leur objectif est la maximisation des bénéfices.

En 1997, seize journaux et périodiques ont été pris dans le tourbillon et ont coulé. L'effondrement des annonces leur a été fatal. D'autres tentent de se maintenir tant bien que mal ou ont dû accepter l'appui d'autres maisons d'édition. Ces processus, qui s'apparentent à des fusions, sont joliment baptisés coopérations. Le «Bund» de Berne, jadis quotidien de rayonnement national, aujourd'hui tenu à bout de bras par la «Neue Zürcher Zeitung», tient lieu d'exemple.

En Suisse romande a disparu, après sept ans seulement, l'impertinent «Nouveau Quotidien», lu également en Suisse alémanique, tout comme le plus sérieux «Journal de Genève». Leur qualité n'est pas en cause, mais leur manque de rentabilité. Le temps dira si le produit de leur fusion, «Le Temps», atteindra le tirage de 50 000 exemplaires

nécessaire pour un quotidien romand d'audience nationale.

L'absorption des petits par les grands, normal dans le monde économique, nuit grandement à la qualité dans les médias. La disparition de la concurrence entraîne la disparition de l'émulation entre rédactions; les journaux perdent de leur identité et deviennent ennuyeux. Les monopoles dans les domaines

de la presse et des médias électroniques laissent des traces dans l'esprit des journalistes: formellement autonomes, mais non plus indépendants, ils ont perdu leur passion et sombré dans la résignation. On n'attend plus d'eux des prestations toujours meilleures,

mais des articles sur la vie qui plaisent au plus grand nombre, sans coup de griffe. Au lieu de dévoiler ou d'expliquer, comme le commande leur devoir de journaliste, ils écrivent des informations à consommer.

Qui paie, commande: de plus en plus d'annonceurs veulent avoir un droit de regard sur le contenu du journal avant sa parution et jouent de la menace de boycott. Ils ne veulent pas voir leur publicité à côté d'informations déprimantes.

Cette chasse à la manne publicitaire et aux marchés des lecteurs est assortie de l'uniformisation de l'information: de plus en plus de médias relatent les mêmes choses. Les points de vue originaux, les démontons et les analyses disparaissent des colonnes et émissions.

Quand le commerce triomphe, le peuple trinque, car les médias sont un instrument indispensable à la démocratie.



Alice Baumann

Alice Baumann