

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 27 (1990)
Heft: 994

Artikel: Sondages bidons : réaction béton
Autor: Imhof, Pierre
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1020312>

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: 21.01.2026

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

S'il te plaît, raconte-moi une histoire

(JG) «L'objectivité est illusion» écrit Umberto Eco, mais il est possible d'être objectif, de façon très empirique. Enrico Morresi, journaliste à la TV tessinoise, cite le célèbre essayiste (et romancier...) italien dans un passionnant article sur le journalisme-spectacle et la vérité paru le 15 avril dans *Telex*, la revue de la Fédération suisse des journalistes.

Pour l'auteur, la véracité dans la relation des faits est ce qui distingue le journaliste des autres métiers des médias. La distinction de Morresi entre «véracité» et «objectivité» est intéressante. Pour lui l'objectivité est une notion abstraite qui postule une transparence entre l'événement et sa relation, alors que la véracité est compatible avec un traitement et une mise en forme de la nouvelle.

Mais c'est dans l'analyse du journalisme-spectacle que le papier de Morresi se révèle le plus intéressant. Il note tout d'abord que le succès de *Blick* en Suisse alémanique a surtout eu des effets en Suisse romande, au vu des transformations de *La Suisse*, du *Matin*, voire de *24 Heures* ou de la *Tribune de Genève*. La chronique locale, les événements que l'on en tire et que l'on peut monter en épingle deviennent un facteur clé pour le succès du journal.

Ce n'est d'ailleurs plus l'énoncé de la nouvelle qui fait l'événement, mais le spectacle que l'on peut en tirer, l'histoire des personnages impliqués, le rôle des acteurs. On peut à bon droit utiliser des métaphores de théâtre, car le travail du journaliste consiste à remplir une scène vide avec des histoires qui intéresseront le public.

Morresi note la disparition de ceux qu'il appelle les «grands intermédiaires»: les sociologues, les psychologues et autres penseurs qui faisaient la médiation entre le cas particulier et l'explication générale. Ces médiateurs, fort utilisés par les journalistes dans les années septante, ont aujourd'hui à peu près disparu: place au fait brut et à l'émotion. A la limite, peu importe la question traitée, seule l'histoire compte.

Un des effets pervers de cette attitude consiste, surtout à la radio et à la TV, à privilégier le cas extrême, celui qui crée l'émotion chez le téléspectateur, et à traiter n'importe quel problème à travers

les illustrations les plus fortes et non les plus significatives.

L'auteur donne deux exemples. Celui d'une émission sur l'euthanasie décrivant le cas limite d'un médecin ayant abrégé les souffrances d'une patiente atteinte d'une tumeur qui lui ravageait le visage et celui d'un débat sur l'avortement introduit à travers l'exposé d'un viol. Même si la discussion qui suit reste sereine et nuancée, tout le climat de l'émission restera marqué par l'impact émotionnel du cas présenté.

L'émotion tirée d'une histoire finit par prendre le pas sur l'événement et dans le cas le plus extrême, elle ne se réfère plus à aucun contexte reconnaissable pour le

lecteur. Un quotidien romand a consacré récemment une affiche au divorce de Donald Trump, promoteur immobilier de New-York, dont le nom ne dit sans doute rien à 99% de la population romande. Il s'agissait seulement de raconter une histoire genre Dallas. Le rapport à une réalité identifiable n'a plus d'importance.

Enrico Morresi essaie de montrer que parfois ce n'est pas l'événement qui est important, mais la longue durée. Il cite un exemple donné par Eco, toujours lui, qui fait remarquer qu'une analyse des titres de la presse italienne entre 78 et 88 donnerait l'impression que le pays a sombré dans le chaos et s'est totalement effondré alors que durant la même période, l'Italie a redressé son économie et sa monnaie, a vaincu le terrorisme et a dépassé la Grande-Bretagne en ce qui concerne le PNB par habitant.

Ce serait une attitude très élitaire d'exiger que toute la presse ressemble au *Monde* ou à la *NZZ*, mais l'on peut au moins souhaiter que le rapport entre l'événement émotif et l'évolution de la société reste une des préoccupations majeures des journalistes, des rédacteurs et des éditeurs. ■

SONDAGES BIDONS

Réaction béton

(Pi) Dani Ambühl, animateur à la télévision alémanique, a donc été licencié. Rappelons qu'il a, à l'aide de quelques ordinateurs personnels, faussé les résultats de la consultation régulière et téléphonique de *Blick* auprès de ses lecteurs. L'animateur voulait ainsi démontrer le manque de fiabilité du procédé utilisé par le plus grand quotidien helvétique.

Si le but de M. Ambühl était louable, il ne s'est pas entouré des précautions nécessaires. Il est ainsi intervenu dans des «sondages» qui concernaient directement la télévision et il ne s'est pas assuré de la couverture de son chef. Mais il n'empêche que le licenciement prononcé par Peter Schellenberg, directeur de la TV alémanique, est excessif. Cette réaction illustre la pression qui est exercée de toutes parts sur ce média: par les politiciens qui ne manquent pas une occasion de l'accuser de gauchisme; par

la course à l'audimat, le public profitant largement du choix dont il dispose de regarder les chaînes étrangères; et par le populaire *Blick* aussi qui cultive la critique à l'égard de la chaîne alémanique, en s'appuyant notamment sur les avis émis téléphoniquement par ses lecteurs. C'est justement ce dernier moyen de pression que Dani Ambühl voulait relativiser. Il n'a en effet aucune valeur scientifique, puisque la rédaction ne possède pas d'indication sur la provenance des personnes qui répondent à la question posée par une machine (pour faire connaître son avis, il faut appeler un numéro, attendre la réponse d'un automate, puis composer le 0 ou le 2 selon que l'on souhaite répondre oui ou non à la question posée). Et les possibilités de manipulation, comme l'a prouvé Dani Ambühl, existent. Pas besoin d'être un mordu d'informatique; il suffit d'acheter un de ces programmes capables de composer des numéros de téléphone, puis d'exécuter certaines commandes, comme de composer un 0 ou un 2 après avoir attendu un certain laps de temps,

Le cancer utile

(pi) La une de *24 Heures* du jeudi 3 mai était consacrée aux difficultés des pays producteurs de tabac causées par la lutte contre le tabagisme. Rien ne manque: amorce du texte imprimé dans les pages intérieures, éditorial, dessin de Burki représentant un paysan exotique qui fait l'aumône avec un immense cendrier. Le tout apparaît comme une mise en question des programmes de l'Organisation mondiale de la santé.

Le problème est réel et méritait d'être soulevé. De nombreux pays du tiers monde tirent en effet une part importante de leur revenu de l'exportation de l'herbe à Nicot. Mais condamne-t-on les programmes de lutte contre la consommation de drogue sous prétexte qu'ils posent des problèmes sérieux à la Colombie?

Au lieu de relater fidèlement la brochure de l'Association internationale des producteurs de tabac, le grand quotidien lausannois aurait pu effectuer une enquête plus critique. Quelles cultures de substitution sont possibles, quelle est la position des organisations de développement, quelles mesures complémentaires l'OMS et les pays engagés dans cette lutte entendent-ils prendre pour éviter de ruiner les pays producteurs?

Car enfin, nous n'allons pas faire disparaître du jour au lendemain le tabac des étalages de nos magasins. Et le temps nous permet d'imaginer des solutions négociées.

Il est certainement possible de coopérer avec le tiers monde sans risquer un cancer des poumons.

l'opération pouvant être répétée toutes les trois, cinq, trente minutes.

Dans une interview accordée au *Tages-Anzeiger*, Fridolin Luchsinger, le rédacteur en chef du *Blick*, admet que les résultats de l'opération ne constituent pas un sondage représentatif. Il a d'ailleurs fait interrompre l'opération jusqu'à évaluation des possibilités de manipulation. Mais s'ils ne sont pas représentatifs, à quoi peuvent-ils donc bien servir? Dans tous les cas, la rédaction devrait s'interdire d'en utiliser les résultats. ■

Le financement des partis par les entreprises

(ag) Le monde politique français est secoué, avec la théâtralité et l'hypocrisie qui lui est propre, par la loi d'amnistie, rendue opportune par les poursuites engagées contre les sociétés finançant par fausses factures les campagnes électorales.

Qu'en est-il en Suisse?

Le Pays vaudois (26 avril, 3 mai) publie une étude érudite de Danielle Yersin, professeur de droit fiscal, sur le statut fiscal des partis politiques, de leurs membres et sympathisants. L'analyse est rendue plus complexe en Suisse par la diversité des pratiques cantonales.

On peut résumer ainsi, en ce qui concerne les contributions versées aux partis.

Lorsqu'il s'agit de contribuables de condition dépendante (salariés le plus souvent), la doctrine considère que les versements aux partis politiques, à quelque titre que ce soit, sont des dépenses d'emploi du revenu non déductibles et non pas des frais d'acquisition de celui-ci. La jurisprudence le confirme; elle est restrictive dans presque tous les cantons, même pour les contributions dues obligatoirement par un mandataire.

En ce qui concerne les indépendants, la doctrine admet que les versements peuvent avoir le caractère de frais justifiés par l'usage commercial.

La question est ouverte de savoir si la

dédiction doit être plafonnée ou sans limite. Dix cantons admettent ces déductions.

Les personnes morales peuvent de même faire valoir les versements aux partis politiques comme frais généraux; quelques cantons le refusent, d'autres plafonnent le montant.

Discussion

Une telle pratique et une telle doctrine créent évidemment une inégalité de traitement entre salariés, indépendants et personnes morales. Mais de surcroît la justification par l'usage commercial est de nature à mettre en doute l'impartialité de l'autorité, d'autant plus que les versements ne font l'objet d'aucune publicité et d'aucune transparence.

Le problème de l'égalité de traitement entre les partis est également posé par cette pratique. Il est évident que les largesses vont d'abord à ceux qui détiennent le pouvoir ou à ceux dont l'action et la doctrine sont agréées par les milieux économiques.

Si l'on considère que la déduction fiscale correspond à une diminution de recettes budgétaires, c'est-à-dire à une subvention indirecte par l'Etat, on peut dire que les partis politiques sont de fait déjà subsidiés, mais dans l'opacité et dans l'inégalité. ■

ÉCHOS DES MÉDIAS

Cash a publié une comparaison des tarifs publicitaires des dix-neuf radios locales de Suisse alémanique. Les plus chères sont les deux radios zurichoises: 26 francs la seconde pour *Radio 24* et 23 francs pour *Radio Z*. Les meilleurs marché sont *Matterhorn* (Zermatt): 3 francs et *Thurgau*: 6 francs. Mais pour les publicitaires, ce sont les possibilités de contacts qui comptent et les meilleures marchés en chiffre absolu ne sont pas nécessaire-

ment les plus favorables en raison de leur audience réduite.

L'entreprise Zollikofer, qui publie le *St-Galler Tagblatt* et divers autres titres en Suisse orientale, avait acquis en 1985 un tiers des actions de l'entreprise de Romanshorn éditant le quotidien *Schweizerische Bodensee-Zeitung*. Elle vient d'acquérir le deuxième tiers des actions et achètera le dernier tiers en 1992.

Ajoutons que les actions que la *Neue Zürcher Zeitung* envisage d'acquérir de *Zollikofer* proviendront du portefeuille de l'industriel Stefan Schmidheiny.