

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** - (1972)  
**Heft:** 175

**Artikel:** Journal de bord  
**Autor:** Bonnard, Laurent  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1015862>

### **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:** 02.02.2025

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

# Domaine public

**J.A. 1000 Lausanne**

Hebdomadaire romand  
No 175 20 avril 1972  
Neuvième année

Rédacteur responsable:  
Laurent Bonnard

Le numéro: 1 franc  
Abonnement  
pour une année: 33 francs

Administration, rédaction:  
1002 Lausanne, case 1047  
1003 Lausanne, Saint-Pierre 1  
Tél. 021/22 69 10  
CCP 10-155 27

Imprimerie Raymond Fawer S.A.

Ont collaboré à ce numéro:

Eric Baier  
Claude Bossy  
Jean-Claude Crevoisier  
Jean-Claude Favez  
Henri Galland

# 175

## Journal de bord

Huit numéros hebdomadaires! Pas encore assez pour dresser un bilan circonstancié de l'entreprise, mais une étape qui permet de mettre au clair quelques impressions. L'enthousiasme, voire l'angoisse des semaines de lancement cède progressivement le pas à un rythme de croisière... pour gens pressés. Il est déjà temps de retrouver le second souffle étonnant qui a permis à DP de progresser pendant neuf ans.

Pour le journaliste professionnel plongé brutalement dans la bagarre des « 5000 abonnés », le premier étonnement avait été les exposés préliminaires des groupes plaidant pour DP-hebdo. Ce pari sur la diversité des intérêts et des prises de position avait quelque chose de provocant face à la voix monocorde de la « grande presse ».

Rapidement pourtant, au long des comités de rédaction hebdomadaires notamment, allait m'apparaître l'importance de la plateforme, patente à la lecture du journal, qui lie les collaborateurs de DP. Inutile de me hasarder à la définir ici abstraitement (les articles la précisent concrètement numéro après numéro), que l'on sache néanmoins qu'elle me semble transformer des divergences précises et constantes au gré de l'actualité en ferments d'une discussion critique toujours remise sur le métier.

Même s'il y a peu à peu accoutumance au nouveau format, il faut revenir ensuite sur cette transformation de la présentation de DP. A vrai dire, les nombreuses réactions défavorables enregistrées dès l'abord n'avaient rien de surprenant. Se rapprocher du tract, au moins pour l'aspect extérieur de notre publication, c'était abandonner aussi un peu de la crédibilité des journaux au sens classique du terme. A de rares exceptions près, le journal mise autant sur sa présentation que sur son contenu pour s'imposer au lecteur. Il doit d'abord justifier cette confiance générale dont jouit « l'imprimé », déjà plusieurs fois séculaire et à peine entamée par l'apparition en force des au-

tres moyens de communication de masse: « C'est écrit dans le journal, donc c'est vrai! »

DP-hebdo renonçait d'emblée à jouer des réflexes conditionnés des lecteurs. Et il fallait bien voir dans les commentaires attristés sur la « faute de goût » qu'était l'abandon des quatre anciennes grandes pages le signe d'une hésitation consciente ou inconsciente à reporter sur ce « tract » le crédit aveugle dont bénéficie la presse en général.

En un premier stade, utiliser le papier le meilleur marché (Kiosk AG, une des sociétés de distribution de journaux qui se sont partagées la Suisse avec Naville notamment, par ailleurs propriété de Lousonna SA, n'a-t-elle pas répondu à notre demande d'exposition de DP dans les kiosques de gare de Neuchâtel, Fribourg et Berne, qu'elle renonçait à proposer cette « maculature » aux acheteurs éventuels?), simplifier la mise en page jusqu'à parvenir au nombre minimum d'heures de travail nécessaires aux spécialistes de l'imprimerie Fawer, renoncer à l'agrafage de cette « page du milieu qui tombe lorsque l'on ouvre DP », tout cela correspond à un souci d'économie; on peut y voir également le reflet de la certitude orgueilleuse que la qualité des textes doit s'imposer malgré tout.

Il y a plus.

Il est juste que DP, jusque dans sa vitrine, assume son rôle de contrepresse, voire de presse marginale. En tout état de cause, ce misérabilisme un peu voyant s'accordera bientôt avec les véritables conditions du marché de l'information journalistique: le fossé ne va cesser de se creuser entre la presse qui a les possibilités financières d'ajouter année après année à sa panoplie les plus récentes découvertes de l'impression (qui attirera ainsi le plus grand nombre d'annonceurs) et la presse réduite à courir derrière les grands en sauvant la face à coups d'artifices; dans ce domaine particulier les progrès de la technique sont si rapides et si énormes que le bluff est condamné à court terme. Une raison de plus pour afficher ses moyens.

**Laurent Bonnard**