

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1974)
Heft: 283

Artikel: Des rédacteurs en chef aux managers
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1026600>

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: 30.01.2025

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

Des rédacteurs en chef aux managers

Sur base des résultats d'une enquête par sondages effectués par l'Institut Allensbach de « Demoskopie » (et repris en décembre par la NZ), il apparaît qu'un glissement est en train de s'opérer au sein des journaux allemands sur le front des conflits qui s'y déroulent: la traditionnelle opposition éditeurs - journalistes cède le pas à des antagonismes entre rédacteurs en chef et journalistes.

A trois ans de la signature de la première convention collective jamais octroyée par les éditeurs et à moins d'une année de son renouvellement, il nous a semblé utile d'avoir une vision impressionniste de la situation vécue dans certains quotidiens de Suisse romande. Mais disons-le d'emblée: le temps des grandes quer-

les est dépassé, ou du moins pas encore de retour.

Débat d'idées, dira-t-on; ou approche théorique d'une réalité insaisissable... En effet, malgré quelques progrès notables, la presse reste fort discrète sur elle-même! Mais au moment où, pour des raisons économiques, de plus en plus de journaux semblent menacés dans leur existence-même, au moment où, « tout naturellement » les premières restrictions touchent les budgets rédactionnels, il n'est pas sans importance de tenter de cerner qui détient le pouvoir dans les journaux. Ce texte donne une première esquisse des rapports de force existants: notre ambition était plutôt de déterminer des têtes de chapitre, de fixer la méthode d'une réflexion que nous alimenterons régulièrement.

« Le droit à l'information, de même qu'à la libre expression et à la critique, est une des libertés fondamentales de tout être humain.

» Du droit du public à connaître les faits et les opinions découle l'ensemble des devoirs et des droits des journalistes.

» Aussi la responsabilité de ces derniers envers le public doit-elle primer celle qu'ils assument à l'égard de tiers, pouvoirs publics et employeurs notamment.

» Les journalistes s'imposent spontanément les règles nécessaires à l'accomplissement de leur mission d'information. »

Telles sont les quelques phrases qui ouvrent la déclaration des devoirs et des droits des journalistes, adoptée il y a un peu plus de deux ans par l'Association de la presse suisse. Des principes qui manifestent la volonté d'indépendance des journalistes face aux pressions multiples dont ils pourraient être l'objet. Des principes qui forment en quelque sorte la toile de fond des affrontements qui peuvent secouer la presse: en effet, s'il est

essentiel pour le journaliste de gagner son indépendance, il doit le faire aussi bien à l'extérieur qu'à l'intérieur de son entreprise. Et là, le face-à-face rédacteur en chef - propriétaire éditeur était jusqu'il y a peu spécialement révélateur des tensions existant dans les métiers de l'information.

Sans être trop schématique, on peut admettre que les petits et moyens organes de presse (qui se distinguent par leur tirage faible ou peu élevé, souvent aussi par leur rejet des normes consensuelles en vigueur, et parfois par une ligne politique, sinon claire, du moins procédant par exclusive) peuvent être répartis en trois catégories avec naturellement des cas mixtes:

a) La présence physique d'un éditeur. Ici, le problème ne se pose pas de savoir « qui gouverne », du rédacteur en chef ou de l'éditeur. La liberté de presse, garantie par la Constitution, y est entendue dans son premier et seul sens: liberté d'éditer un journal, qui condamne à la faillite les détenteurs d'idées privés de capitaux, et qui facilite par conséquent la tâche des détenteurs d'idées,

à condition que celles-ci soient favorables aux détenteurs de capitaux. Un exemple-type: le « Nouvelliste-FAV » dont l'éditeur, M. Luisier, est également le rédacteur en chef.

b) La présence occasionnelle, mais admise, de l'éditeur. Dans d'autres publications, il semble bien qu'un contrôle avant parution reste possible, comme par exemple à la « Feuille d'Avis de Neuchâtel » ou à « La Liberté » (quoique, dans ce dernier cas, les compétences de chacun des deux protagonistes aient été strictement délimitées).

c) Pleins pouvoirs à un rédacteur en chef. Ailleurs, en l'absence d'un éditeur capable de s'imposer en tant que tel, le rédacteur en chef peut avoir en théorie les mains complètement libres; mais quelques fois, dans la pratique, ses préoccupations économiques s'imposent à ses responsabilités rédactionnelles, au point que les impératifs économiques finissent par peser d'un poids certain sur le contenu du journal, au détriment de la liberté d'expression.

Ce dernier cas reste pourtant exceptionnel, et d'une manière générale dans cette catégorie de publications, la présence de l'éditeur lui-même aux premières loges est chose acquise depuis longtemps.

Les « grands » journaux face aux éditeurs

Tout autre, et probablement encore plus significative des enjeux actuels de la transformation de la presse, est la situation des « grands » journaux. Là, les conflits se sont peu à peu déplacés; et l'éditeur n'a cessé d'accroître sa zone d'influence à mesure que se développaient les préoccupations commerciales, que s'affinaient les méthodes publicitaires, et que s'imposait l'obligation d'être présent sur les marchés les plus étendus et les plus compacts possibles. S'il y a contrôle, ce sera aujourd'hui surtout après coup, et le poids de l'éditeur sera lourd pour indiquer « la ligne » la meilleure pour le tirage. Ces interventions se multiplieront à mesure que l'organe de presse se perfectionnera pour atteindre des cibles de plus en plus précises en matière de diffusion.

D'où un déplacement des centres de gravité de l'entreprise: le rédacteur en chef, s'il existe encore, ne sera plus l'interlocuteur privilégié de l'éditeur, et dans ce rôle sera remplacé par le responsable commercial ou son équivalent.

Sur le front éditeur - rédacteur en chef, et dans ces journaux de fort tirage, la situation s'est donc profondément modifiée ces dernières années. L'homme qui a une vue d'ensemble de l'organisation n'est plus, ou fort rarement, le rédacteur en chef, dont la tâche devient d'être un manager (voir à « 24-Heures » l'apparition d'un directeur d'édition face à un directeur politique). C'est progressivement l'éditeur qui donne son image de marque, fût-elle basée sur des considérations commerciales, à la publication. Les modalités de cette intervention de plus en plus marquée de l'éditeur sur l'évolution des « grands » journaux ne sont pas encore ni codifiées, ni inscrites dans des structures réellement nouvelles. Et se pose la question,

fort importante, du poids de la rédaction face à ce nouveau pouvoir. Confrontés à des critères de choix qu'ils avaient ignorés jusqu'ici, mis en présence d'un patron qui n'est pas « des leurs » professionnellement, les journalistes doivent trouver de nouvelles formes de dialogue. La charte que, selon la convention collective de 1970, les éditeurs doivent obligatoirement leur octroyer, leur en fournira peut-être l'occasion. Une fois de plus, les journalistes des grands quotidiens d'information semblent à cet égard les mieux lotis (par rapport par exemple à leurs confrères du « Nouvelliste » qui sont membres d'un syndicat dont M. Luisier est le président...). Témoins les termes de la charte de la « Tribune de Genève » où sont entre autres établies au bénéfice des journalistes:

1. les bases institutionnelles d'une représentation des rédacteurs auprès de l'éditeur, timide pas vers la création, refusée jusqu'à ce jour, d'une « société de rédacteurs », sorte de syndicat d'entreprise;

2. une procédure de concertation avec les rédacteurs pour les prises de position sur certains problèmes politiques d'importance;

3. la possibilité pour les journalistes de ne pas signer d'articles contraires à leurs opinions;

4. une procédure d'information régulière de la part du rédacteur en chef et de l'éditeur sur la marche du journal;

5. une procédure de concertation pour les engagements et les licenciements de journalistes.

Par-dessus la tête des rédacteurs en chef

Outre l'objectif signalé plus haut, il est du reste important de voir se profiler derrière les termes d'un tel document l'amorce d'un courant reliant directement les rédacteurs aux éditeurs par-dessus

● SUITE ET FIN AU VERSO

Le poids publicitaire des journaux romands

Depuis quelques années, les publicitaires ne se contentent pas de connaître le tirage des journaux pour choisir leurs supports. Des enquêtes régulières sous forme de sondages permettent de publier annuellement une « Analyse Média » indiquant la probabilité de contacts offerts par les différents journaux et revues. L'année passée, on parlait d'« Analyse Multi-Média » parce que la publicité à la télévision était aussi prise en considération. Des questions méthodologiques n'ayant pas pu être résolues à temps, les résultats de la publicité à la télévision ne sont pas encore publiés en 1974.

Lundi 19 août, les résultats de l'Analyse Média faite en 1973 ont été publiés par la société Recherches et études des moyens publicitaires SA, à Zürich. Ils sont actuellement dépouillés par les publicitaires d'une part, par les éditeurs

d'autre part. Les résultats permettent de connaître l'évolution de la pénétration d'un journal ou d'une revue, de prévoir l'intérêt qu'il représentera comme support et la valeur du franc publicitaire qui y est investi.

Pour la Suisse romande, le nombre de consommateurs visés approche du million. Il s'agit des habitants de la zone économique 100 qui comprend les cantons de Vaud, de Genève et de Neuchâtel, ainsi que cinq districts francophones fribourgeois, huit districts francophones valaisans et les six districts francophones du Jura.

Quatre quotidiens offrent une probabilité de plus de 10 % de contacts: « 24-Heures » (23,9 % = 231 000), « La Suisse » (23,2 % = 223 000), la « Tribune de Lausanne » (19,4 % = 187 000) et la « Tribune de Genève » (17,5 % = 168 000) (ces chiffres à interpréter naturellement en tenant compte de la marge d'incertitude propre à tous les sondages).

L'évolution par rapport à l'année passée montre dans trois cas une progression de 10 % et plus; elle est élevée pour « L'Impartial » (33 %), elle est sensible pour le tandem « Gazette » / « Nouvelle Revue de Lausanne » (10 %) et pour la « Tribune de Genève » (10 %).

Ajoutons que le quotidien alémanique « Blick » est au premier rang dans deux des trois régions économiques alémaniques, donc devant les journaux locaux. Pour l'ensemble de la partie alémanique de la Suisse, il représente une probabilité de 20,3 % de contacts, c'est à dire de 629 000 lecteurs.

En ce qui concerne la Suisse italienne (Région 500, Tessin et district grison de la Moësa), le quotidien « Corriere del Ticino » offre une probabilité de 47,8 % de contacts.

Au chapitre des périodiques romands, ce sont « Trente Jours », « Illustré » et « Radio TV / Je vois tout » qui ont le plus fort pourcentage de pénétration.

Des rédacteurs en chef aux managers (suite)

la tête des rédacteurs en chef, confirmés ainsi dans leur isolement.

Surtout, ces chartes pourraient conduire également à plus de cohésion une profession où règne encore une mentalité très « XIX^e siècle », si bien décrite par Balzac, qui se veut « libérale » à tout crin, et « amicale » pour la sortie annuelle. Cette longue évolution vers le syndicat-maison est à peine amorcée, du côté des journalistes, si tant est qu'elle se matérialise jamais, et surtout pour autant que l'éditeur soit assez libéral pour l'admettre, car, à lui seul, il est le verrou et la clé. Mais il suffit parfois d'un bon pied-de-biche...

Une quasi disparition

Pour nous résumer, il apparaît bien que les relations éditeurs - rédacteurs en chef seront donc marquées par une quasi disparition de ces derniers en tant que responsables de la « personnalité » des journaux, du fait de la puissance de l'éditeur, de leur propre incompétence en certains cas, à cause de leur transformation « de facto » en directeurs de marketing, ou enfin en conséquence de l'établissement par les chartes octroyées depuis la convention collective de 1970 de relations directes journalistes - éditeurs, qui les « court-circuitent » en tant qu'intermédiaires dans la résolution de conflits éventuels.

L'intérêt des lecteurs

Et cette disparition des rédacteurs en chef, dont le corollaire immédiat semble être l'affirmation des éditeurs, n'est pas sans importance pour le lecteur: comment ne pas souhaiter que les journalistes puissent faire pièce, si besoin était, grâce à l'efficacité de leur organisation, grâce à leur solidarité renouvelée, aux intérêts économiques des éditeurs?

Exportations d'armes: les millions et les principes

Si vous êtes revenus enchantés du soleil espagnol, sachez que les commerçants d'armes helvétiques sont à peine moins enthousiastes de l'Espagne que vous. Bien sûr, s'ils font de fréquents voyages dans la péninsule ibérique depuis des mois, ce n'est pas pour hanter la Costa del Sol ou pour s'initier aux merveilles de l'art catalan; leurs motifs sont beaucoup plus prosaïques et beaucoup moins inoffensifs: l'armée et la police de Franco ont pris rang, en l'espace de deux ans, parmi les meilleures clientes de MM. Bührlé and co au chapitre de la vente des armes.

Alors que, selon les statistiques officielles, la Suisse n'exportait en 1971 et 1972 qu'à peine pour trois millions d'armements en direction de Madrid, 1973, l'année précisément où est entrée en vigueur la nouvelle loi sur l'exportation des armes, a marqué un bond en avant — le plus sensible de l'exercice — des envois de matériel militaire en Espagne: près de 23 millions de mieux (voir tableau ci-contre)! Une progression qui ne s'est du reste pas ralentie cette année, puisque, à mi-course, le total des douze mois précédents était déjà pulvérisé...

Une telle réussite commerciale mérite à première vue d'être saluée (l'argent n'a pas d'odeur) comme une nouvelle preuve du dynamisme dont fait preuve l'une des branches « intéressantes » de notre industrie d'exportation. Le Conseil fédéral n'y a pas manqué et a certainement été sensible à la performance puisque, interpellé sur l'opportunité de ce commerce avec Franco, il affirme qu'il n'y a pas de raisons suffisantes pour l'interdire, appuyé du reste par le Département militaire qui explique que « notre industrie d'armement est liée par contrat avec l'Espagne pour la livraison de canons de défense antiaérienne avec les instruments de conduite et les munitions, les livraisons étant concentrées sur un court laps de

temps, ce qui expliquerait l'accroissement momentané des envois ».

Le fin raisonnement que voilà! Un contrat est un contrat! Punkt, schluss.

La réalité est beaucoup moins nette: les plus sérieuses réserves s'imposent en effet quant à la

PLUS DE 200 MILLIONS PAR ANNÉE

	1972	1973	mi 1974
RFA ¹	50,0	35,7	8,0
Grande-Bretagne	3,8	3,0	1,2
Norvège	4,9	3,7	0,6
Belgique / Luxembourg	3,8	2,0	0,2
Espagne	2,9	25,7	30,7
France	2,3	2,2	0,3
Italie	1,5	2,2	0,9
Pays-Bas	1,5	1,8	1,1
Grèce	0,6	0,6	0,2
Autriche	8,4	18,8	52,2
Suède	6,3	3,9	2,0
Finlande	—	0,1	0,1
Portugal	0,2	0,3	0,2
Japon	9,0	5,2	0,3
Etats-Unis	3,0	3,0	—
Iran	92,0	91,0	3,9
Singapour	8,2	1,6	—
Malaisie	—	1,7	0,3
Mexique	—	2,2	1,1
Chili	4,0	3,9	—
Bolivie	1,0	2,0	—
Pérou	0,3	0,2	0,9
Argentine	0,2	—	—
Divers	0,3	0,2	0,3
Totaux	204,2	211,0	104,5

¹ en millions de francs.

légitimité de ces livraisons d'armes, examinées à la lumière de la nouvelle loi sur l'exportation d'armes, une loi dont l'esprit découle directement du large soutien populaire qu'avait reçu l'initiative lancée il y a plus de deux ans en la matière. Et cela dans deux perspectives distinctes: