

Zeitschrift: Revue Militaire Suisse
Herausgeber: Association de la Revue Militaire Suisse
Band: 131 (1986)
Heft: 6

Buchbesprechung: La presse d'opinion en Suisse romande ou la bataille des idées
[Jean-Philippe Chenaux]

Autor: Aerny, Francis

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: 13.03.2025

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

A lire

La presse d'opinion en Suisse romande ou la bataille des idées

par Francis Aerny

Cet ouvrage (240 pages) de Jean-Philippe Chenaux a été publié par les Editions du *Journal de Genève* et de la *Gazette de Lausanne*. Son auteur, journaliste professionnel, a fait ses premières armes à l'Agence télégraphique suisse; il a travaillé ensuite à l'Agence économique et financière (Agefi) et, actuellement, il fait partie de la rédaction de la *Gazette de Lausanne*.

«La sélection et la présentation des nouvelles engagent toujours une conception de l'homme et de sa destinée, dont l'imprégnation pénètre lentement, mais inexorablement les personnes et la société.» Cette citation du cardinal Cigognani illustre fort bien le rôle de la presse dans notre société. C'est elle qui véhicule les idées semées par les intellectuels. Mais il y a un décalage et on assiste à un phénomène paradoxal: les idées ont cours au sein du public alors que les intellectuels les ont abandonnées.

La presse, ce n'est pas seulement les quotidiens ou périodiques apparte-

nant à tel ou tel groupe, mais aussi ce moyen de communication privilégié utilisé par de nombreuses associations de tous ordres qui forment le tissu de la société. La vaste enquête entreprise par l'auteur lui permet de présenter une radiographie de la presse de la Suisse de langue française avec ses ramifications, ses tenants et aboutissants. Ce panorama de notre presse est aussi un panorama des idées actuelles, le tout vu dans une perspective historique.

La presse française est aussi présente. Les quotidiens les plus vendus, au numéro, sont *Le Monde*, *Le Figaro*, *Libération* et *France-Soir* (classés dans l'ordre décroissant de diffusion). Quant aux hebdomadaires, *Paris-Match*, le *Figaro-Magazine* et le *Canard enchaîné*, sont les plus vendus.

On trouve dans ce livre le tirage des publications, une vingtaine de documents iconographiques et un index des noms des personnes citées.

F. Ae.