

Zeitschrift: Revue Militaire Suisse
Herausgeber: Association de la Revue Militaire Suisse
Band: 141 (1996)
Heft: 6-7

Inhaltsverzeichnis

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: 11.12.2024

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

Sommaire

RMS/Juin-juillet 1996

Contre les « chroniques confetti »

	Pages
Editorial	
Contre les « chroniques confetti »	3
Entretien	
... Avec le futur chef des Forces terrestres	6
L'invité alémanique	
Die Felddivision 3 als Brücke Div C. Schlapbach	9
Armement	
Le programme d'armement 1996	12
Transmissions	
Révolution dans les transmissions militaires Col D. Kramer	16
« International Security Network » Th. Köppel	22
RMS-Défense Vaud	I-IV
Armée-société	
Une école de recrues pour illettrés Of spéc P. Minder	24
Armées étrangères	
Les commandos d'exploration sud-africains D. Guélat	29
Armement	
Des mines défaits M.-M. Greub	
Le système antiblindé « Wasp 58 » Lt (R) P. Lefort-Lavauzelle	37
« Trigat MP/LP » P. Lubin	38
Musées	
Saumur: le Musée des blindés S. Curtenaz	41
Revue des revues	
Cap F. Schmutz	49

Pendant la dernière campagne présidentielle aux Etats-Unis, des médias électroniques ont refusé d'accorder plus de huit secondes aux candidats Bush et Clinton pour exposer leur programme économique, et ceux-ci ont dû acheter du temps d'antenne pour faire passer leur message ! Outre-Atlantique, deux mois d'un grand procès ou un délicat problème de relations internationales sont résumés en 30 secondes à la radio, en quelques lignes dans la presse écrite.

Le mal touche aussi l'Europe... Dans un institut romand, on enseignait naguère aux étudiants en journalisme que, quel que soit le sujet, l'article ne dépasse pas 25 lignes ; une phrase comprend pas plus de 5 ou 6 mots ; le vrai journaliste doit utiliser le langage populaire : s'il évoque la satisfaction de besoins naturels, il ne parle pas de sanitaires, mais de « chiottes ». Espérons que ce « professeur » soit parti dans le terrain faire de la pratique !

Un envoyé spécial au bout du monde se fait rembarquer au studio par un assistant qui ne veut pas voir plus loin que le « maximum supportable » de la minute et qui trouve la chronique nulle parce qu'elle dure 65 secondes. Le secrétaire de rédaction d'un quotidien romand, tout beau tout neuf,

n'a-t-il pas pris son téléphone pour dire à un professeur d'université que la chronique littéraire, qu'il tenait depuis une vingtaine d'année, devait dorénavant ne pas dépasser une demi-page. En deux pages, on « déconne »... Il faut faire bref, être attractif et ne pas « lasser » auditeurs, téléspectateurs et lecteurs. « C'est bon, coco, tu m'en fais une minute ! » semble la formule obsessionnelle de nombreux journalistes. Et que dire de la vulgarité ?

Des politiciens ne s'y trompent pas, qui peaufinent de petites phrases destinées aux médias. Edith Cresson, alors premier ministre en France, ne s'exclama-t-elle pas un jour, d'une manière apparemment spontanée : « La Bourse, je n'en ai rien à cirer ! » A coup sûr, sa « pensée » serait reprise en gros caractères, et dans les termes qu'elle avait choisis. Voilà le prix à payer pour faire du bruit dans les médias.

En 1993, dans une lettre d'information de la Communauté des radios publiques de langue française, Christian Sulzer de la Radio suisse romande, parlant de l'« avènement du confetti », déplorait l'escamotage, la censure et la manipulation, conséquences de l'inquiétante et pathologique brièveté des informations radiophoniques. « Courir au