

N° 1 | 2022

SOUTENU PAR : IMPRESSUM - LES JOURNALISTES SUISSES | SYNDICOM - SYNDICAT DES MÉDIAS ET DE LA COMMUNICATION

EDITO

LE MAGAZINE SUISSE DES MÉDIAS

La démocratie en danger

Pour un réveil du journalisme politique

Médias régionaux

Faut-il privatiser les ondes ?

COVID

Retour sur la couverture de la crise

global

Plaidoyer pour un monde juste

global analyse la politique extérieure et de développement de la Suisse. Quatre fois par an, à prix libre.

Si vous souhaitez recevoir « global », le magazine d'Alliance Sud, dans votre boîte aux lettres, écrivez à global@alliancesud.ch.

Le magazine d'Alliance Sud, le groupe de réflexion et d'action sur la politique de développement *alliancesud*



Plus de clarté.

Que se passe-t-il dans le monde des médias? Quelles sont les principales évolutions, les nouvelles tendances? Lectrice ou lecteur d'EDITO, vous en saurez plus. EDITO porte un regard critique sur le paysage médiatique, en Suisse et ailleurs.

Assurez-vous une vue d'ensemble!

En souscrivant un abonnement au prix de 69 francs, vous recevez EDITO six fois par an. Et vous avez accès à tous les services en ligne d'edito.ch.

edito.ch/fr | abo@edito.ch



EDITO

LE MAGAZINE SUISSE DES MÉDIAS

Artiste Nina Burri | Spinaa Civil Vaccas

TEWO

L'ÊTRE HUMAIN N'EST PAS UNE MACHINE.

Luttez à nos côtés pour combattre l'exploitation des travailleurs-euses du textile dans le monde. www.solidar.ch

SOLIDAR SUISSE

LUTTER POUR UN MONDE ÉQUITABLE

PROJECTEURS

Radio

Le département audio de la SRF enregistre de nombreux départs > 4

Dessin de presse

Une belle rétrospective de l'œuvre du dessinateur Raymond Burki > 6

Covid

Quelle crédibilité pour la presse durant la crise sanitaire ? > 7

Médias locaux

Ça pourrait bouger sur les ondes > 8

DOSSIER

Journalisme politique

La démocratie a besoin d'un journalisme critique. Un essai de Marko Kovic > 10

Le correspondant du journal *Le Temps* à Berne revient sur ses 40 ans de carrière > 14

« Rien n'est politique - tout est politique », affirme le rédacteur en chef de la *Volkstimme* > 16

« Je souhaite davantage de formats jeunes » : Entretien avec Marlis Prinzing et Roger Blum, auteurs du livre « Handbuch Politischer Journalismus » > 18

TENDANCE

Le journalisme serait-il le parent pauvre de la littérature ? > 22

Après la reprise par Markus Somm du *Nebelspalter*, une partie de l'équipe lance le site *Petarde* > 24

CHRONIQUES

Le rideau de rösti

Les JO - un événement, vraiment ? > 21

Photo labo

Christian Lutz n'aime pas les légendes > 26

Trouvaille

Pause en deux chevaux > 28

Carte blanche

Après le rejet de la loi sur l'aide aux médias > 31

Un rempart contre les mensonges



JEAN-LUC WENGER
Coordinateur éditorial
pour la Suisse romande

Il n'y a aucune trace de l'invasion de l'Ukraine par la Russie dans ce numéro d'EDITO. Aucune allusion aux chenilles des blindés, des « couloirs humanitaires » ou de l'accueil généreux des réfugiés en Suisse. On aurait aussi pu vous raconter la ruée sur les pastilles d'iode, la peur d'une attaque nucléaire ou publier un article sur la manière de bien meubler son abri anti-atomique.

Mais, évidemment, un magazine qui paraît quatre fois par an, ne peut pas coller à l'actualité. Nous la laissons à nos collègues des autres médias qui doivent trier les fausses informations des vraies. Notre dossier sur le journalisme politique était prêt avant le début de l'agression russe et il n'est pas hors-propos. Ainsi, Marko Kovic, dans un essai, défend que ce métier doit être un « correctif démocratique contre l'inégalité et un rempart contre les mensonges, la propagande et la désinformation ». Sa réflexion est terriblement valable aujourd'hui.

Tout juste retraité, le correspondant au Palais fédéral du quotidien *Le Temps*, Bernard Wuthrich, égrène ses souvenirs et sa passion pour le métier. Il se souvient de sa rencontre avec Mikhaïl Gorbatchev, par exemple, mais cela n'a rien à voir avec l'Ukraine.

Restons au niveau régional pour aborder le projet de révision partielle de l'ordonnance sur la radio et la télévision. Un projet qui inquiète les radios et télévisions locales en raison de la définition des zones de diffusion qu'il implique.

En raison de notre rythme de parution, nous ne savons pas si nous parlerons à l'avenir de l'Ukraine. Mais il y a de fortes chances...

Merci infiniment !

Les médias traversent une crise sans précédent, un changement radical. Un magazine qui accompagne ces évolutions de manière critique est indispensable, mais il est confronté à un grand défi économique. La solidarité des lecteurs d'EDITO est d'autant plus réjouissante ! Début mars, quelque 6000 francs avaient été reçus sous forme de dons. En parallèle, de nombreux abonnements ont été souscrits. Tout autre soutien est le bienvenu : IBAN CH58 0900 0000 8507 7921 5
Merci beaucoup pour votre aide !

Départs en masse à la SRF

Même après le déménagement de Berne à Zurich, les départs se poursuivent dans le département audio de la SRF. Le chef des ressources humaines n'est pas surpris que les employés soient mécontents.

PAR BENJAMIN VON WYL



Photo: Keystone

Quand Marco Kauffmann Bossart a commencé à travailler pour le journal régional de Suisse centrale, la principale chaîne de radio alémanique s'appelait encore DRS. Jeune reporter indépendant, il se rendait alors sur le terrain en portant un magnétophone Nagra en bandoulière. Après de nombreuses années passées au *Tages-Anzeiger* et à la *Neue Zürcher Zeitung*, il est revenu poursuivre sa carrière à la radio publique - qui s'appelait désormais SRF - au printemps 2020, en tant que chef de la rubrique étrangère. A présent, il quitte une nouvelle fois la chaîne de radio.

Fuite massive de cerveaux. « Chaque changement de poste relève d'une décision personnelle », précise Marco Kauffmann Bossart au début de l'entretien. « Dans mon cas, j'ai pris ma décision parce que je voulais changer de média: la presse écrite me convient mieux que la radio. » A l'avenir, il dirigera le réseau de correspondants de la NZZ, pour laquelle il a aussi hâte de pouvoir écrire des textes plus longs.

La SRF est en pleine mutation - comme l'ensemble du secteur depuis 20 ans. Malgré les bouleversements qu'a connus le monde médiatique, Marco Kauffmann Bossart observe que certaines choses sont restées identiques: « La culture de la rédaction est bonne. La volonté de fournir un journalisme de qualité est toujours présente. Nos correspondants à l'étranger ont encore du temps pour approfondir leurs dossiers ». En quittant la rubrique étrangère, il se sépare d'une équipe formidable: « Chez nous, il n'y a pas eu de réduction d'effectifs importante. » Il ne peut pas s'exprimer sur la situation dans les autres départements.

« Chaque changement de poste relève d'une décision personnelle. » Le président du conseil d'administration de la SRF Jean-Michel Cina l'a aussi affirmé dans une interview accordée à *Tele D*. Marco Kauffmann Bossart s'en va avec de belles perspectives professionnelles; d'autres quittent la SRF par mécontentement. Le syndicat SSM a qualifié de fuite de cerveaux unique dans l'histoire de la SRF les départs consécutifs au déménagement partiel du studio radio de Berne à Zurich. Selon le SSM, la moitié des 70 journalistes concernés n'ont pas suivi le mouvement. Chaque semaine, un communiqué de presse annonce un nouveau départ. Dernièrement, Rolf Hieringer, qui a organisé le déménagement du studio de radio est parti, ainsi que des présentateurs vedettes, comme Lukie Wyniger. Cet animateur de la SRF3 démissionnaire se plaint dans les colonnes de Prime News que ses interlocuteurs ont fait la « sourde oreille » et qu'il a dû « discuter des projets jusqu'à l'épuisement ».

L'ambiance est au plus bas. Le mécontentement interne apparaît également dans l'enquête auprès du personnel 2021, dont EDITO a pu consulter des résultats. Seuls 29% des employés de la SRF recommanderaient leur employeur à leur entourage privé et moins de la moitié sont satisfaits de leurs supérieurs hiérarchiques. Certes, selon l'enquête, une majorité pense que le projet « SRF 2024 » est prometteur. Cependant, l'identification des employés à la SRF en a pâti; ces derniers ont l'impression que leurs points de vue n'ont pas été pris en compte. A la lumière de ces résultats, la SRF veut prendre des mesures pour « améliorer la satisfaction des salariés ». Gerhard Bayard, le chef des ressources humaines, « trouve

compréhensible que certains d'entre eux ne recommandent pas la SRF comme employeur pour le moment, compte tenu du processus de transformation que traverse la chaîne, qui comporte des mesures d'économie et de réduction du personnel ». L'année dernière, l'entreprise médiatique publique de Suisse alémanique a supprimé environ 90 postes à plein temps et licencié près de 30 employés. La SRF veut encore rayer 145 postes d'ici 2023, notamment au moyen de retraites anticipées. Selon Gerhard Bayard, le taux de fluctuation reste stable à 3,8%, mais il est « légèrement supérieur à la moyenne au sein de la rédaction en chef audio ». Il ajoute que l'entreprise regrette chaque départ.

Trop d'agitation. Lorsqu'elle travaillait comme correspondante de la SRF aux Etats-Unis, Priscilla Imboden ne suivait pas les événements de la vie interne de l'entreprise. Mais quand elle est revenue en Suisse en 2017 pour être correspondante au Palais fédéral, elle a ressenti d'autant plus fortement la différence entre le moment de son départ et celui de son retour: « J'ai eu l'impression qu'un fossé séparait la base de la rédaction en chef. » A cela s'est ajouté, selon elle, la pression de ne contrarier personne à la veille de la votation No Billag. Même après l'issue positive de la votation, le fossé ne s'est pas réduit. Des réunions supplémentaires empiétaient sur le temps que Priscilla Imboden pouvait consacrer à ses enquêtes. L'automne dernier, elle a commencé à travailler pour le magazine online Republik. Elle est toujours présidente du SSM et pense que le journalisme de service public de la SRF remplit une fonction importante. Que faudrait-il à la SRF pour être en plus de cela un bon employeur? « Plus de calme: l'accent doit être remis sur les contenus. Les journalistes ont besoin de temps et de moyens pour accomplir leur travail », répond-elle.

« Il y a soudain eu une grande distance entre la base et la rédaction en chef. »

Priscilla Imboden

Le jugement que Priscilla Imboden porte sur la situation coïncide avec celui des journalistes radio qui sont restés. Le déménagement n'explique qu'une partie du mécontentement. Le passage au numérique, qui a longtemps progressé au ralenti, avance désormais par à-coups: les versions en ligne de certains journaux locaux sont lancées, puis à nouveau supprimées. De nouveaux formats apparaissent, puis disparaissent. Alors que sur Youtube, les animateurs peuvent employer un ton amical et décontracté, les journalistes de la radio traditionnelle ne peuvent toujours pas se tutoyer à l'antenne. Tandis que les commentaires n'existent pas en tant que format journalistique à la radio, les supérieurs exigent pour le web des « analyses d'actualités » fondées sur l'opinion des journalistes. Les collaborateurs de tous âges de la SRF interrogés par EDITO sont dévoués à leur employeur et à leur métier. Ils se sentent liés à l'entreprise, tant qu'ils travaillent pour elle. « Chaque changement de poste relève d'une décision personnelle. » Chacun part de son côté... et, malheureusement, ils ne partent pas tous avec de belles perspectives professionnelles.

Trouver des expertes femmes sur sheknows

Une nouvelle plateforme veut offrir une visibilité aux expertes femmes et faciliter la vie des journalistes.

PAR BETTINA BÜSSER

Je viens d'être contactée pour la première fois par un journaliste qui m'a trouvée sur sheknows.ch. « Chères collègues expertes, mettez votre profil en ligne sur cette plateforme. Nous voulons vous entendre et vous lire ! » Cet appel a été lancé sur Twitter par Dorothea Baur, qui propose des « conseils en stratégie éthique pour les décideurs du monde de la technologie et de la finance ».

Le journaliste en question a trouvé le profil de Dorothea Baur dans la banque de données de la plateforme *sheknows*. Celle-ci veut à la fois offrir une visibilité à des expertes femmes et faciliter la vie des journalistes. En effet, les hommes apparaissent bien plus souvent que les femmes dans les médias, tout comme les experts sont bien plus souvent interrogés que les expertes. Même lorsque les professionnels des médias s'efforcent de respecter la parité entre les sexes, ils ont en général

she KNOWS

du mal à dénicher des expertes femmes. *Sheknows* - qui est disponible en allemand, en français, en italien et en anglais - cherche à remédier à ce problème. Sa devise : « Notre but est qu'aucun journaliste ou organisateur ne puisse plus dire « Nous n'avons tout simplement pas trouvé de femme ». »

« Actuellement, environ 700 expertes figurent dans notre banque de données », déclare Sophie Achermann, directrice d'alliance F. Cette structure, qui regroupe plus de 100 organisations de femmes, veut contribuer à promouvoir l'égalité entre les hommes et les femmes dans la société, dans l'économie et en politique.

sheknows a été fondée en 2019 - « sur un coup de tête », selon Sophie Achermann - dans la foulée de la grève des femmes, avec « des moyens techniques rudimentaires ». La plateforme a ensuite lancé une campagne de financement participatif. Les 25 000 francs récoltés ont servi à la remanier, notamment pour améliorer et simplifier la fonctionnalité de recherche. Il n'existe pas de chiffres sur la fréquence d'utilisation de la base de données, mais Sophie Achermann affirme que des expertes trouvées sur la plateforme se mettent régulièrement en contact avec *sheknows*.

Tout Burki exposé à Lausanne

Le dessinateur Raymond Burki ne faisait jamais de bulles. Juste des dessins, sans texte, mais quels dessins ! Durant près de 40 ans, il a dessiné pour le quotidien *24 heures* l'actualité vaudoise, suisse et internationale. Décédé il y a six ans, il laisse un héritage phénoménal et une grande exposition lui rend hommage. Jusqu'au 10 avril, sur l'Espace Arlaud à Lausanne, 500 dessins de presse et autres documents de l'homme à la casquette attendent le visiteur.

Jamais méchant, toujours pertinent, Raymond Burki allait à l'essentiel. Quand il caricaturait des politiciens, ceux-ci grimâçaient dans un premier temps. Puis ils lui achetaient l'original. Ainsi du géant vert Daniel Brélaz, ancien syndic de Lausanne et ex-conseiller national, maintes fois croqué par l'artiste. Ou encore Ruth Dreifuss, Jean-Pascal Delamuraz ou Pascal Couchepin, finalement ravis d'avoir été caricaturés par le paisible Vaudois. On doit cette rétrospective à sa famille, notamment à son fils

Stanislas, qui a créé pour l'occasion la Fondation du Trait (letrait.ch) qui vise à encourager le dessin de presse auprès des jeunes en Suisse romande. Ladite Fondation a regroupé un bon millier de dessins de Raymond Burki et ils sont accessibles en ligne. Dans le journal qui l'a employé, l'un des anciens rédacteurs en chef, Gian Pozzy, raconte que le dessinateur avait du flair : « Avec son trait acéré, il ne s'est pas toujours fait que des amis. Mais il a gagné le respect. Il faisait partie des meilleurs éditorialistes de *24 heures*. »

« Raymond Burki était le défenseur des opprimés. Le sort des migrants, la répartition des richesses, mais aussi l'écologie l'ont toujours touché », affirme Philippe Duvanel, commissaire de l'exposition dans *24 heures*. Pour Thierry Barrigüe, dessinateur qui partageait son bureau et fondateur de l'hebdomadaire satirique *Vigousse*, l'homme était « un révolté silencieux. Mais ses dessins criaient fort. » Et toujours sans bulles. (JLW) musees.vd.ch



Raymond Burki avait du plaisir à travailler pour le grand quotidien vaudois.

Comme une piqûre de rappel

En temps de Covid, quel remède contre la perte de crédibilité de la presse? Peut-être, rappeler que la couverture médiatique de la pandémie a été plutôt variée... et parfois, précipitée ou disparate.

PAR GILLES LABARTHE

Médias complices!», « Médias menteurs! »... Pendant ces deux années de Covid, combien de fois ces slogans ont-ils été entendus lors de manifestations anti-masque, antipass et antimesures sanitaires, dénonçant dans la foulée l'asservissement des titres d'information aux pouvoirs économiques et lobbies pharmaceutiques?

Les médias d'information ne se sont toutefois pas privés de se montrer critiques face aux décisions de politique de santé, sur le plan fédéral et cantonal. Ils se sont aussi intéressés aux alternatives, à commencer par celles de la prévention et des traitements possibles contre le coronavirus. On peut leur reprocher sur ce point un certain empressement... mais pas d'être univoques.

La vague Didier Raoult. Faut-il vraiment boire de l'eau de Javel? Le 24 avril 2020, *lematin.ch* diffuse des extraits des déclarations publiques de Donald Trump, imaginant un traitement à base d'ultraviolets et... d'injections de désinfectant. Cette « information » est nuancée et remise dans son contexte, fort heureusement. Mais dans le même temps, d'autres titres relativisent toujours la gravité du coronavirus, sans aucune mise en perspective, et donnent la parole à des experts contestés. Une vision « optimiste concernant l'évolution de l'épidémie de coronavirus », sans aucune « deuxième vague »: c'est ce que prévoit le très médiatisé infectiologue français Didier Raoult le 12 mai 2020 dans l'édition suisse de *20 Minutes*. Il y vante l'efficacité antivirale de l'hydroxychloroquine – avant que des essais cliniques ne prouvent le contraire.

Autre « solution miracle » qui a depuis fait un flop: l'artémisia annua. Cette plante médicinale est connue depuis l'antiquité



Un slogan souvent lu lors des manifestations.

pour combattre le paludisme. Le président de Madagascar Andry Rajoelina en a fait un argument de campagne politique, lançant sur cette base la production industrielle de Covid-Organics, comme traitement antiviral 100% malgache. Le 21 avril 2020, un article de la Tribune de Genève titre: « Face au Covid-19, une plante suscite l'espoir à Madagascar ». Depuis, rien n'a été publié par ce grand quotidien pour mettre à jour les informations sur ce qui s'avère, hélas, un faux remède. Le 14 septembre 2020, le *Blick* consacre lui aussi une mention à l'artémisia parmi une longue liste d'alternatives possibles... mais sans signaler ses échecs effectifs, sur le terrain très concret de la pandémie.

Le mirage de l'artémisia. Dommage: une actualisation autour de ces diverses « potions » serait bienvenue, tandis que des sites de « réinformation » comme la chaîne youtube *Agora TVNews* persistent à promouvoir l'artémisia, parmi un florilège de conseils antivaccins. Le 7 juillet 2021, un « post » d'*Agora TVNews* diffusé sur *Vkontakte* (VK.com, réseau social russe

similaire à Facebook, qui permet de contourner la censure de propos complotistes) recommande encore « le traitement du professeur Raoult hydroxychloroquine + azythromicine + zinc, l'artémisia annua et l'ivermectine qui donne d'excellents résultats ».

D'autres titres de presse ont pourtant publié des décryptages très complets sur la base d'avis de nombreux experts, comme *Le Temps*, *Heidi.news*; ou encore *L'illustré*, qui le 11 février 2021 met déjà fortement en doute l'efficacité de l'ivermectine, un anti-parasitaire vendu à la pelle sur Internet... mais aussi responsable d'intoxications en masse aux Etats-Unis, à la suite d'auto-administrations hâtives.

En France et en Allemagne, des figures « antivax » comme Thierry Casasnovas, entrepreneur et vidéaste, « conseiller santé » sans formation médicale, ou la docteure en homéopathie Carola Javid-Kistel, ont popularisé l'idée que les soins par la nature et les plantes suffisaient à lutter contre le coronavirus – à supposer même que ce virus existe, selon eux. Ils ont capté l'attention médiatique et fait des émules dans toute l'Europe, y compris en Suisse.

Se contenter d'apports en vitamine C et D, c'est aussi ce que professait en 2020 au Tessin le docteur Roberto Ostinelli, connu pour ses déclarations coronasceptiques et antivaccin, abondamment relayées dans les médias italophones. Des affirmations fracassantes mais qui présentaient un risque pour la santé publique: Roberto Ostinelli a été temporairement suspendu de l'Ordre tessinois des médecins en février 2021. Qu'importe, les médias lui donnent toujours la parole... désormais, en tant que chef de file de la poignée de médecins régionaux refusant catégoriquement de se faire vacciner.

Des ondes cantonalisées ?

Une nouvelle guerre des ondes fait rage en Suisse. Faut-il adopter à l'avenir pour les radios et les TV locales des zones de desserte à l'échelle cantonale ou régionale ? Une réponse est attendue cet automne.

PAR ALAIN MEYER

A quoi ressembleront les zones de desserte des radios et TV locales en Suisse demain ? Se dirige-t-on vers un redécoupage cantonal et non plus régional ? Après avoir recueillis près de 200 avis sur le projet de révision partielle de l'ordonnance fédérale sur la radio-TV (ORTV), le Conseil fédéral divulguera sa version définitive cet automne. Ensuite la mise au concours des nouvelles concessions sera lancée, avant leur octroi au début 2025 selon l'Office fédéral de la communication (OFCOM).

Vision étriquée. Mais des directions de chaînes s'insurgent déjà contre le fait de devoir limiter à l'avenir ces arrosages à un seul canton. Selon elles, c'est associer vue de l'esprit et stratégie étriquée. Dans l'Arc jurassien, où les deux groupes multimédias BNJ et Gassmann se partagent l'essentiel des ondes, cette perception ne correspond ni à la réalité du terrain ni au besoin de créer des ponts entre le canton de Neuchâtel, le Jura, le Jura bernois et la Bienne francophone. Ici, il s'agit de défendre « le caractère multipolaire d'une région supracantonale » en proposant un modèle économiquement viable pour les radio/télévisions locales. Un argument qui peut faire mouche après le non au paquet d'aide aux médias le 13 février.

Concession unique. Consulté dans le cadre de cette révision, le Réseau des villes de l'Arc jurassien (RVAJ) craint également comme la peste ce rebond de cantonalisme. Défendant les intérêts d'une zone englobant jusqu'aux villes et communes vaudoises d'Yverdon, Orbe et Sainte-Croix, le RVAJ juge qu'un tel redécoupage ne tiendrait pas compte « des particularités politiques, culturelles et linguistiques » de l'Arc jurassien. Miser sur une cantonalisation, c'est risquer « une dilution de cette unité », brandit-il.

Concrètement, il réclame le maintien du Jura bernois et de la ville d'Yverdon dans l'offre de la chaîne de TV Canal Alpha basée à Cortaillod, près de Neuchâtel. Fort du soutien de treize villes, le RVAJ qualifie d'« indispensable » l'obtention d'une concession unique entre Neuchâtel et le

« Elle couvre une zone géographique très large et cela aurait un impact négatif sur la qualité de vie des habitants. »

Jura pour diffuser « des programmes multiples ». Les radios RTN à Neuchâtel, RFJ (Radio Fréquence Jura) à Delémont et RJB (Radio Jura Bernois) à Tavannes travaillent déjà sous le chapeau du groupe BNJ.

Pourquoi donc changer un système qui garantit « une offre variée et de qualité » qui, en ces temps de vaches maigres, permet de réaliser des économies

« dans les domaines transversaux et de back office », dit-on à Delémont. Il est demandé qu'un statu quo+ soit appliqué avec une seule concession accordée pour Bienne et le Jura bernois aux entreprises de médias Gassmann à Bienne et BNJ à Rossemaison (Jura). Une autre concession radio pourrait couvrir les cantons du Jura et Neuchâtel, en plus du maintien du mandat de la TV Canal Alpha.

« Interdépendances ». En Suisse alémanique aussi, le projet de révision partielle de l'ORTV ne satisfait guère. L'Argovie se fait sérieusement du souci pour la station privée Radio Argovia. Une zone de diffusion plus limitée équivaldrait pour elle à un marché publicitaire plus restreint.

Également consultées, les autorités argoviennes argumentent que les liens dépassent ici largement les bornes cantonales. Il est question « d'interdépendances » dans la région du Limmattal ou du Fricktal, avancent-elles. Une réduction des zones ou une limitation à des territoires cantonaux reviendrait, selon elles, à « un affaiblissement des possibilités de communication et d'informations transfrontalières ». C'est ce qu'elles ont pointé à l'OFCOM. L'idée de réduire ces zones inquiète à Zurich aussi. Notamment pour la chaîne associative Radio Stadtfilter de Winterthour. « Elle couvre une zone géographique très large et cela aurait un impact négatif sur la qualité de vie des habitant-es », notent ici les autorités.

L'abaissement de la taille des régions arrosées ne passe pas non plus très bien auprès des autorités de Bâle-Ville. Comme en Argovie, on redoute que la région du Fricktal soit là encore la grande oubliée de la zone de concession pour la région Nord-Ouest.

 académies suisses
des sciences

Prix Média & subvention de recherche

Délai d'inscription: 16 mai

prixmedia.ch



Votre ligne
de télécommunication

058 221 98 04



Swisscom SA, Group Communications, Media Relations, 3050 Berne
Fax 058 221 81 53 – www.swisscom.ch – media@swisscom.com

L'information assurée

Prévention, Assurance, Réadaptation

Suva
Communication d'entreprise
medias@suva.ch
Tel. 026 350 37 82

www.suva.ch
twitter.com/SuvaSchweiz
facebook.com/SuvaSuisse

suva

PEACE
ENTRE L'ALIMENTATION ET LE CLIMAT

Seuls, nous n'y arriverons pas.
Nous avons besoin de vous. greenpeace.ch/agir

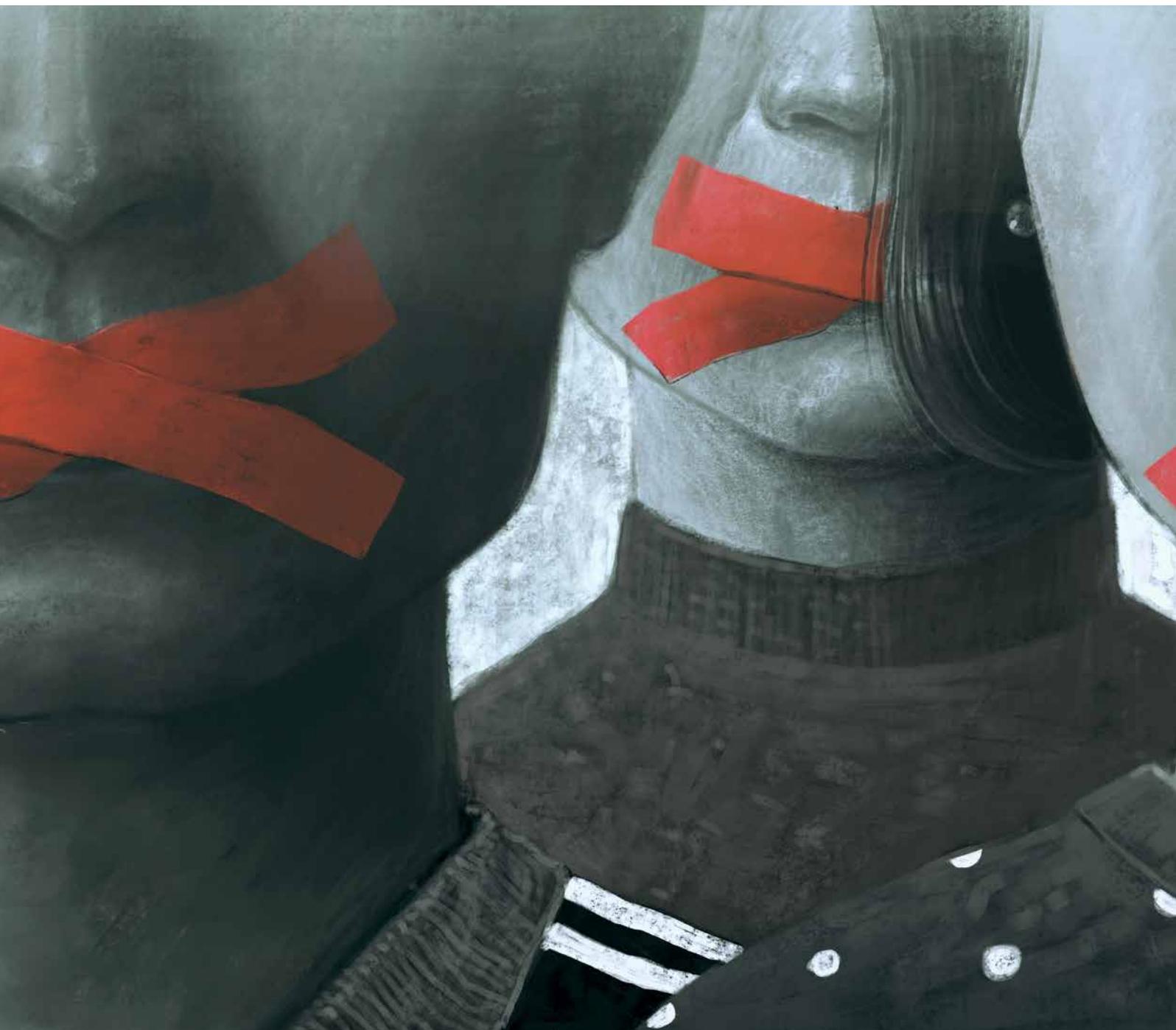
GREENPEACE



Quel journalisme pour sauver la démocratie ?

Nous avons besoin aujourd'hui, plus que jamais, d'un journalisme critique et respectueux des valeurs démocratiques.

PAR MARKO KOVIC



La seule bougie qui nous éclaire dans les ténèbres est un journalisme résolument engagé.

Marko Kovic



Photo: Adobe Stock

Democracy dies in darkness». La démocratie meurt dans les ténèbres. Il s'agit du slogan adopté par le Washington Post en 2017 en réaction à un choc qui résonne encore aujourd'hui : l'élection de Donald Trump, celle d'un démagogue qui a déclaré la guerre aux médias journalistiques, qu'il qualifiait d'« ennemis du peuple » - mais aussi à la réalité elle-même - en contribuant à populariser la notion de « faits alternatifs ».

A l'époque, le Washington Post n'était pas seul à observer que l'orientation prise par le discours politique n'était pas compatible avec la démocratie. Avec l'arrivée de Donald Trump au pouvoir, les mensonges manifestes semblaient brusquement acceptables ; la désinformation en ligne sous toutes ses formes - des rumeurs aux théories du complot en passant par des contre-vérités ciblées - est devenue un phénomène mondial. La spirale de la haine et de la radicalisation s'est accélérée sur les médias sociaux. L'élection de Trump a marqué, nous l'avons aussi constaté sous nos latitudes, l'avènement de l'ère de la « post-vérité », dans laquelle les valeurs démocratiques et la recherche de la vérité sont bafouées. Cette crise s'est accompagnée d'un recul inquiétant des institutions démocratiques dans de nombreux pays occidentaux : depuis qu'elle a éclaté, la démocratie est attaquée. Nous vivons un moment critique.

Un correctif démocratique. Certes, il aurait mieux valu que la crise mondiale de la démocratie n'existe pas, que Donald Trump ne soit jamais arrivé au pouvoir, que l'animosité et les fausses vérités ne soient pas aussi répandues qu'elles le sont sur Internet. Cette crise est sans doute plus forte que jamais à la suite de la pandémie de coronavirus et du déferlement de fausses informations et de haine qui l'a accompagnée. Cependant, c'est en temps de crise que nous constatons que le journalisme critique est l'élixir de vie d'une démocratie qui fonctionne. « Sans journalisme, pas de démocratie » : ce vieux dicton est plus que jamais d'actualité.

Le journalisme remplit une série de fonctions fondamentales. Il récolte et transmet des informations pour constituer le fameux « bruit de fond » de la société de la connaissance ; il crée la sphère publique politique,

c'est-à-dire l'espace du débat commun ; il fabrique une compréhension du monde partagée et produit de la sorte une société à partir d'individus qui ne se rencontrent jamais en personne. Enfin, et c'est peut-être là le plus important, le journalisme exerce une fonction de critique et de contrôle. Il n'a pas pour vocation de relater des faits de manière sténographique, sans porter de jugement de valeur. Au contraire, il consiste aussi à repérer les dangers qui menacent nos démocraties et à imaginer des solutions pour les résoudre. Le journalisme est donc intrinsèquement critique à l'égard de la société et du pouvoir et révèle les points sensibles auxquels notre société ne peut pas rester indifférente. Il constitue un correctif démocratique envers les inégalités et les abus de pouvoir et un rempart contre les mensonges, la propagande et la désinformation.

Les mensonges de Trump. Tout le monde ne partage pas cet idéal du journalisme critique. Au sein même des entreprises de médias journalistiques, la fonction de critique et de contrôle est considérée avec suspicion. De nombreux journalistes ne se voient pas comme des gardiens de la démocratie, mais plutôt comme des vecteurs « neutres », « objectifs » et « équilibrés » d'informations et d'opinions. Ils ne veulent pas tomber dans le piège du « journalisme d'opinion ». Au premier abord, cette manière de concevoir la profession peut paraître aller de soi. Notre intuition nous dit que les journalistes devraient, après tout, se borner à nous présenter les choses telles qu'elles sont et non nous dire comment elles devraient être. Nous voulons des faits et non des opinions. Mais cette conception du journalisme est réductrice, et ce, au moins pour deux raisons.

La réduction du journalisme à une restitution « neutre » des faits signifie, en premier lieu, que les dysfonctionnements sociaux ne peuvent pas être mis en lumière ni problématisés. Pour en revenir à l'exemple de Donald Trump : un journalisme « neutre » n'aurait pas pu, sauf à prendre parti, aborder de manière critique les mensonges qu'il a proférés durant des années - du mensonge sur l'affluence du public lors de son investiture à celui, plus grave, concernant la fraude électorale lors de sa défaite. Un journalisme véritablement « neutre » aurait dû se contenter d'opposer d'autres déclarations à celles de Donald Trump, en tombant dans le piège du « faux équilibre ». Celui-ci consiste à donner la parole aux deux parties et à laisser le public de « décider par lui-même ». En réalité, cette forme de journalisme ne serait manifestement guère plus qu'une sorte de spectacle pseudojournalistique, sans véritable contenu informatif. Peu d'entre nous souhaiteraient vivre dans une société où, par exemple, le journalisme d'investigation critique n'existe pas et où la vérité et la justice morale ne jouent aucun rôle dans le journalisme.

Neutre, vraiment ? En second lieu, le journalisme « neutre », qui rechigne à remplir sa fonction de contrôle et de critique, contribue à reproduire le statu quo social avec ses asymétries de pouvoir et ses inégalités. Le journalisme « neutre » est en réalité biaisé par les rapports de pouvoir établis. Le linguiste Noam Chomsky et l'économiste et spécialiste des médias Edward S. Herman l'avaient déjà relevé dans leur ouvrage classique *Manufacturing Consent* :

Le journalisme se doit d'être critique à l'égard du pouvoir.

les médias ne sont pas des observateurs impartiaux qui décrivent la société sans préjugés depuis une position surplombante. Bien au contraire, ils font partie intégrante de la société qu'ils sont censés dépeindre. Ils obéissent donc également à une série de dynamiques économiques et politiques, qui déterminent ce que recouvre exactement leur « neutralité ».

Le journalisme « neutre » est fortement orienté en faveur des élites politiques et économiques. Leurs opinions et attitudes, c'est-à-dire celles des organisations et des personnes qui occupent des positions de pouvoir dans la société, obtiennent par défaut un écho plus large que celles des acteurs moins privilégiés de la société civile, qui défient les élites. Le spécialiste de la communication Lance Bennett appelle « indexing » cette orientation latente en faveur des élites : ce qui compte dans le journalisme « neutre », c'est d'abord et fondamentalement la perspective des détenteurs du pouvoir et non pas la question de savoir ce qui pose problème du point de vue d'intérêt public, que ce soit sur le plan factuel ou normatif. Le progrès social est pourtant irréalisable si le journalisme se borne à reproduire la pensée des puissants.

On peut évidemment objecter que la situation en Suisse est encore acceptable. Notre démocratie est stable ; vus d'ici, le trumpisme et ses métastases antidémocratiques nous paraissent éloignés. Le journalisme dans notre pays peut se permettre plus de réserve, n'est-ce pas ?

L'appel de la lumière. Ce raisonnement est faux. Il ne faut pas attendre que notre démocratie soit sur le point d'imploser pour nous apercevoir que nous avons besoin d'un journalisme critique. Nous ne devons pas considérer celui-ci comme une forme de thérapie, qui ne s'impose que lorsque le pire est déjà advenu, mais plutôt comme une mesure préventive destinée à éviter que le patient ne se retrouve à l'hôpital. Donald Trump a le mérite d'avoir fait évoluer le paysage médiatique américain et international vers un journalisme plus critique. Cependant, le journalisme d'avant Trump - trop peu critique, trop enclin à la « neutralité » et à l'« équilibre » - est peut-être précisément l'une des raisons pour lesquelles l'idéologie antidémocratique trumpiste a pu s'implanter.

La démocratie meurt dans les ténèbres. Un journalisme critique et dévoué aux valeurs démocratiques représente la seule lumière qui puisse nous guider à travers l'obscurité. Cette lumière ne doit pas s'éteindre ; elle doit au contraire nous éclairer plus que jamais.

Pour une Suisse informée

En mettant en perspective la défaite du paquet d'aide aux médias, il en ressort, notamment, une conscience sociale renforcée pour les contenus journalistiques. C'est là que réside l'avenir, et non dans la défaillance des éditeurs sur le marché.



Franca Siegfried,
coprésidente
d'impressum

Le 13 février, le peuple suisse a rejeté le paquet d'aide aux médias. La promotion de la campagne a été marquée par les éditeurs et les rédacteurs en chef. Les journalistes ont dû le rapporter pour leur propre

compte - au moyen de témoignages notamment - pourquoi nous avons besoin d'eux pour la démocratie. Ce scénario n'a cependant pas permis de dissiper le scepticisme de la population : Pas de milliards d'impôts pour les millionnaires des médias était une critique sévère. D'autant plus que la confiance dans les médias a encore diminué pendant la pandémie. En effet, la tenue des « points presse » du Conseil fédéral a montré le peu de journalistes qui y participaient et les questions qu'ils posaient (ou qu'ils ne posaient pas). Les milieux qui souhaitent affaiblir les médias dans leurs propres intérêts ont dès lors sauté sur cette occasion. Ils attisent ainsi, avec succès, l'opinion selon laquelle les médias sont

en train de devenir des serviteurs de l'Etat. Et l'Etat veut encore leur verser de l'argent. (...) Les débats, les fausses idées et les prises de conscience se sont multipliés ces dernières semaines. Vinzenz Wyss, professeur de journalisme à la Haute école zurichoise de sciences appliquées (ZHAW) à Winterthour parle de défaillance du marché (14.2.22, Tagesthemen in SRF). Dès qu'une information est publiée par un média, la même information ne peut être que difficilement commercialisée par les concurrents. « Croire au marché n'aide pas davantage », dit Vinzenz Wyss. Le secteur de la publicité a tiré sa révérence, les gens ne sont plus disposés à payer pour ces insertions publicitaires dans les médias. Beaucoup se demandent ainsi pourquoi il faudrait donner un coup de pouce aux éditeurs; d'autres branches ont également des difficultés dans le cadre de la transition numérique. Il n'y a qu'en Suisse romande que les résultats des votations ont révélé que le système médiatique actuel bénéficie encore d'un fort soutien de la part de la population. Vinzenz Wyss souligne dans cet entretien que la chance réside dans la promotion du journalisme en

tant que tel et non pas dans la consolidation du système médiatique actuel; impressum s'est déjà engagé en faveur du contenu journalistique avant la votation nationale. Depuis l'assemblée des délégués de 2021, la voie est libre pour une nouvelle organisation appelée « Pro News ». Son objectif est de renforcer la société démocratique et pluraliste - il faut pour ceci des informations variées et traitées de manière journalistique. Pour cela, il convient également de faire naître une prise de conscience dans le discours social et scientifique. Pas uniquement par une formation professionnelle moderne des journalistes, mais aussi par une sensibilisation aux principes éthiques de la profession. En bref, une évolution rapide et actuelle du journalisme est demandée. « Pro News » doit également être un « toit » pour les projets existants: Surfer seul dans le flot d'informations n'a que peu d'effet. « Avec la pandémie, une dynamique générale de soutien est devenue présentable », déclare Vinzenz Wyss. « Promouvoir le journalisme directement ou au travers des contenus journalistiques, ce serait la voie la plus honnête. »

Die Schweizer Journalist*innen | giornalisti svizzeri
impressum Les journalistes suisses

**Wir sind da für euch!
Nous sommes là pour vous !**

info@impressum.ch www.impressum.ch www.trust-j.org

« Je suis fier d'être resté journaliste pendant 40 ans »

Fraîchement retraité, le correspondant parlementaire Bernard Wuthrich revient sur quelques dates importantes de la politique suisse. PAR JEAN-LUC WENGER

Pour son dernier article avant que ne sonne l'heure de la retraite, le 29 janvier, le journaliste Bernard Wuthrich a choisi d'évoquer les presque trente années qu'il aura passées à Berne via le regard de quatre anciens conseillers fédéraux : Micheline Calmy-Rey, Pascal Couchepin, Joseph Deiss et Christophe Blocher. Mais sa passion pour la politique suisse n'a pas disparu du jour au lendemain. Il a déjà repris du service le dimanche 13 février pour couvrir le vote sur la suppression du droit de timbre. Il continuera d'écrire occasionnellement dans *Le Temps*, le média pour lequel il a travaillé depuis sa création en 1998, et de dispenser ses précieux conseils aux jeunes en formation.

Avec nous, il revient sur les mutations qu'a connues le métier. « Il y a d'abord eu l'évolution technologique, Internet, les réseaux sociaux. Avec le risque que la vitesse ne permette pas toujours de vérifier soigneusement une information comme on nous avait appris à le faire. La manière de travailler n'est plus la même, on doit s'adapter en permanence. » Contrairement à une idée reçue, le journaliste pense que les réseaux sociaux n'influencent pas (encore) les votations populaires. « Mais ça va venir », estime-t-il. On sent déjà des changements dans les campagnes politiques : « Les slogans et arguments qui sont déployés à la veille d'un scrutin sont parfois très différents de ceux qui avaient été évoqués durant les débats parlementaires », observe-t-il.

Des échecs. Il relève également la montée en puissance des lobbies. Parmi les autres changements, il note que le vote du 6 décembre 1992, avec le rejet de l'Espace économique européen (EEE), aura été un tournant. Cela aura été le premier grand triomphe de Christoph Blocher. Bernard Wuthrich avait commencé son travail à Berne quelques mois avant le fameux « dimanche noir » décrit par le conseiller fédéral de l'époque, Jean-Pascal Delamuraz.



Tout frais retraité, le correspondant du Temps à Berne reste un passionné de politique.

Cet échec a ouvert la voie à une série d'autres revers pour le Conseil fédéral et le Parlement, dont la parole n'aura, par la suite, plus autant suivie que par le passé. Il cite l'initiative des Alpes (1994), la réforme des retraites à plusieurs reprises, les minarets (2009), le renvoi des criminels étrangers (2010), la Lex Weber (2012), et, pour ne pas être exhaustif, le vote sur la burqa en 2021, sans oublier le triple échec, inédit, du 13 février dernier.

Bernard Wuthrich relève que, depuis l'introduction du droit d'initiative populaire en 1891, 226 propositions de modification de la Constitution ont été soumises au peuple. 25 ont été acceptées dont 14 après 1992. « Le climat a changé. Dans la Suisse moderne, on multiplie les initiatives. Vu l'évolution démographique et grâce aux nouveaux outils, c'est un jeu d'enfant de recueillir le nombre de signatures requis en dix-huit mois. »

« Aujourd’hui, on manifeste avec davantage de véhémence. »

Bernard Wuthrich

Suisse romande en retard. Parmi ses centres d’intérêt, il se passionne pour tout ce qui touche à la mobilité. « Sur ce sujet, la Suisse romande a toujours eu du retard sur la Suisse alémanique. Ici, nous avons longtemps parlé de « transport » et non de « mobilité ». Or, parler de transport ne transporte personne de joie ! « Depuis que l’on parle de mobilité, on réalise que cela ne consiste pas uniquement à construire des routes ou des voies de chemin de fer, mais que cela concerne notre quotidien. » Membre de l’Association suisse de la presse ferroviaire, qui organise nombre de visites captivantes en Suisse et à l’étranger, Bernard Wuthrich a pu voir la réalisation de nombreux projets sur le terrain. « Je vais continuer à m’intéresser à cette thématique devenue majeure dans notre société. » L’énergie est un autre enjeu qui lui tient à cœur.

Faire le tri. Au moment de faire ses valises, il a effectué un tri minutieux de ses archives papier. « J’avais gardé, par exemple, l’intégralité du rapport Hayek sur la nouvelle ligne ferroviaire à travers les Alpes (NLFA). C’était un sacré bras de fer entre deux conseillers fédéraux, Adolf Ogi et Otto Stich, dans les années 90. Mais j’ai fini par tout jeter, sans regret, car je préfère m’intéresser aux projets d’avenir. »

Parmi les rencontres importantes, il se souvient de celle avec Mikhaïl Gorbatchev. Alors président de la Croix-Verte internationale, une ONG à but environnemental, il a pu l’interviewer lors de son passage à Berne. Il se remémore l’époque où les journalistes étaient volontiers invités à accompagner les conseillers fédéraux à l’étranger. « Cela s’est perdu au fil du temps. Ces occasions n’ont pas complètement disparu, mais elles sont devenues rares. La pandémie n’a évidemment pas arrangé les choses. C’est dommage, cela permet de mieux saisir la personnalité et l’intimité des membres du gouvernement. »

Un bon souvenir. Bilingue, né à Berne, il a logiquement reçu des propositions pour passer de l’autre côté de la barrière, aller « faire de la com’ » pour X ou Y. « Mais je n’ai jamais voulu faire ça. Je suis fier d’être resté journaliste pendant 40 ans ! », relève-t-il. Il s’est d’ailleurs toujours engagé pour défendre les intérêts de la profession, comme président de l’Association neuchâteloise des journalistes (ANJ) en 1995 et 1996, puis au sein du comité de l’Union des journalistes du Palais fédéral (UJP) pendant plusieurs années.

Rester journaliste, cela signifie entretenir en permanence son réseau. « Il faut systématiquement le tenir à jour, en particulier après les élections fédérales, qui, tous les quatre ans, voient de nouvelles têtes arriver à Berne. Les élections de 2019 restent quelque chose de très spécial : il y a eu un fort renouvellement au Parlement. Je m’étais fixé un calendrier pour faire connaissance avec les nouveaux élus et les nouvelles élues, mais la pandémie a compromis ce calendrier, de sorte que je quitte Berne sans avoir eu le temps de nouer tous les contacts prévus. »

Les lobbies. L’un des moments forts de sa carrière aura été le vote sur les minarets, en 2009. Bernard Wuthrich était alors chef de la rubrique de politique suisse du *Temps*, avec un pied à Genève et l’autre à Berne. Ce jour-là, il était à Genève et avait fixé rendez-vous à Micheline Calmy-Rey pour une interview. « Je me souviens du choc qu’elle a vécu. Cette votation a montré que les sondages peuvent se tromper et l’émotion triompher. Idem pour la burqa. On voyait bien que c’était sensible et émotionnel. »

Un bon souvenir restera l’acceptation de l’adhésion, à la double majorité, de la Suisse à l’ONU en 2002. « C’était un moment extrêmement important », dit le correspondant parlementaire retraité. Il revient encore sur l’élection de Christoph Blocher

en 2003 et sa non-réélection Blocher quatre ans plus tard, deux « événements majeurs de l’histoire moderne ».

Il observe de près l’évolution et l’utilisation de la presse dominicale, surtout alémanique. Elle sort des enquêtes originales et fouillées, mais est instrumentalisée par les partis ou les lobbies qui veulent faire passer un message ou peser sur des décisions politiques à venir. « Et ça marche. L’agence donne volontiers un écho à ce qui est publié dans la presse dominicale. Pourquoi se priver de ce canal de communication ? », souligne le journaliste.

A mi-décembre 2021, il détaillait dans *Le Temps* ses presque 30 années de correspondance parlementaire. Il a fait le décompte : il a assisté à 150 sessions parlementaires et suivi 93 votations fédérales. Celle du 28 novembre marque un tournant : la contestation du certificat Covid a débordé dans la rue à un point tel que, ce dimanche-là, les abords du Palais fédéral ont été barricadés. « Naguère, les manifestations sur la Place fédérale étaient plutôt rares. Aujourd’hui, on investit plus fréquemment l’espace public et l’on manifeste parfois avec davantage de véhémence. La transformation du Palais fédéral en camp retranché le 28 novembre a été un véritable choc.

Bernard Wuthrich a commencé son stage de journaliste en 1982 à ce qui était alors *La Feuille d’avis de Neuchâtel* (FAN), ladite FAN qui s’est transformée en *Express* puis *ArctInfo* par la suite. Il est passé par *La Suisse*, *L’Agefi*, le *Journal de Genève* (JGD), puis a pris la responsabilité du bureau bernois du *Temps* à sa création en 1998. Il n’a aucune nostalgie. « J’ai fait mon temps, place aux jeunes », sourit-il. Toujours rigoureux et modeste, il peut néanmoins se féliciter et reconnaître que oui, il est fier de sa carrière.

David Thommen est rédacteur en chef de la *Volksstimme*, journal de Bâle-Campagne depuis trois ans.



Rien n'est politique - tout est politique

Quel rôle joue la politique au sein d'un journal local ? Nous avons rendu visite à la *Volksstimme* dans la région d'Oberbaselbiet. PAR ROBERT BÖSIGER

David Thommen, 54 ans, est sur le qui-vive. Il est en train d'envoyer à la mise en page les dernières courriers de lecteur sur les votations du 13 février 2022. « Notre journal a été fondé en 1882. Depuis, il offre une plateforme ouverte à toutes les opinions. » Ou du moins à presque toutes les opinions, car le rédacteur en chef de la *Volksstimme* précise : « Je ne tolère pas les parallèles avec les nazis ou d'autres choses dans le genre. »

Informé sur le « nombril du monde ». Le journal local *Volksstimme*, dont le siège se trouve à Sissach dans le canton de Bâle-Campagne, paraît trois fois par semaine et tire à 7300 exemplaires. Le journal est traditionnellement ouvert à tous les sujets. La publicité pour le titre déclare, non sans modestie, mais sans être pour autant mensongère : « Pour la *Volksstimme*, l'Oberbaselbiet est le nombril du monde. »

A quel point le travail d'un rédacteur de la *Volksstimme* est-il politique ? Il ne l'est pas du tout, tranche David Thommen pour commencer. Mais dans une région comme celle de l'Oberbaselbiet, avec sa cinquantaine de communes où la politique occupe un rôle important, tout n'est-il pas d'une certaine manière politique ? « Il faudrait définir des limites pour savoir où commence la politique », relativise-t-il.

Il tente une définition : « La politique, c'est à partir du moment où il faut voter sur quelque chose. Ou à partir du moment où elle coûte de l'argent à la collectivité. » Sur le plan communal, c'est justement vite le cas. Cette observation plaide pour la thèse selon laquelle presque tout dans le journalisme local est, dans une certaine mesure, politique.

Uniquement redevable envers ses abonnés. Des personnes extérieures tentent-elles d'exercer une influence politique sur la rédaction ? Il n'y a pas de pression, du moins de la part des annonceurs, déclare David Thommen : « Nous en avons malheureusement trop peu pour qu'ils puissent avoir des exigences à notre égard. » En clair, cela signifie que la *Volksstimme* n'a pas d'annonceur assez puissant pour mettre le journal dans l'embarras. « Notre modèle d'affaires est basé sur les abonnements et les revenus qu'ils génèrent,

« Ce que pense un journaliste ne m'a jamais intéressé. »

David Thommen

déclare le rédacteur en chef, nous n'avons donc de comptes à rendre à personne, sauf à nos abonnés. »

Quelles sont les exigences des politiciens locaux envers « leur » journal ? La *Volksstimme* donne souvent la parole à la classe politique de l'Oberbaselbiet, explique Thommen. Dans chaque numéro, un membre de l'Assemblée fédérale, du Conseil d'Etat ou un président de commune peut prendre la plume pour s'exprimer dans la rubrique « Carte blanche ». « Ils peuvent choisir un thème librement. » La participation de nombreux politiciens garantit un équilibre des points de vue sur une certaine période, observe David Thommen.

Informé plutôt que commenter. Les membres de la rédaction pratiquent certes une forme de journalisme politique, dans la mesure où ils couvrent les assemblées communales, les séances du Grand Conseil de Bâle-Campagne et des événements politiques, comme les débats publics. Les rédacteurs de la *Volksstimme* n'expriment toutefois pas leurs opinions sous la forme de commentaires. David Thommen a une position claire à ce sujet : « Franchement, ce que peut bien penser un journaliste ne m'a jamais intéressé ; c'est ce qu'il y a de plus ennuyeux dans un journal. »

L'opinion du rédacteur en chef, du moins, ne pourrait-elle pas intéresser les lecteurs ? « Non ! Nous sommes très ouvert à une variété d'opinions, mais nous ne faisons pas de politique nous-même », rétorque David Thommen. Il ajoute : « En tant que journaliste, je suis celui qui véhicule les informations fidèlement et qui donne ainsi la possibilité aux lecteurs de s'informer. »

David Thommen (54 ans) est rédacteur en chef de la *Volksstimme* depuis août 2018. Auparavant, il avait été rédacteur en chef adjoint de la *Basler Zeitung*. Il avait déjà travaillé comme journaliste pour la *Volksstimme* à partir de 1988, après un apprentissage dans l'imprimerie de l'éditeur du même journal, Schaub Medien AG.

« Les journalistes politiques critiquent les personnes, mais rarement le système. »

Marlis Prinzing et Roger Blum ont publié un manuel sur le journalisme politique en Suisse unique en son genre. EDITO les a rencontrés. PAR BETTINA BÜSSER



Roger Blum (77) est professeur émérite de sciences de la communication et des médias à l'université de Berne. Il a travaillé pendant 25 ans comme journaliste politique et a notamment été membre de la rédaction en chef du Tages-Anzeiger. Il a également présidé le Conseil de la presse l'AIEP et officié comme médiateur pour la SSR Suisse alémanique. Dans les années 1970, Roger Blum a été membre du Parlement du canton de Bâle-Campagne.

Marlis Prinzing (60) est professeure de journalisme à la haute école Macromedia de Cologne. Elle enseigne également l'éthique des médias aux universités de Fribourg et de Zurich. Au cours de son parcours professionnel, elle a été rédactrice, a travaillé comme journaliste indépendante. Par ailleurs, elle a été membre du conseil communal de la ville de Süssen, dans le Bade-Wurtemberg, dans les années 1990.

« Il manque surtout une vraie couverture de la politique locale. »

Roger Blum

EDITO : Vous venez de publier un manuel sur le journalisme politique. Quelles raisons vous ont poussés à le faire ?

Marlis Prinzing : Il n'y avait tout simplement pas de manuel consacré au journalisme politique jusqu'à présent, ni dans l'espace germanophone, ni ailleurs dans le monde. Il s'agit pourtant de l'un des domaines centraux de l'information.

Roger Blum : Il y a des manuels consacrés au journalisme de voyage, au journalisme sur les médias, à tous les types possibles de journalisme, mais pas au journalisme politique, qui est pourtant la plus ancienne forme de journalisme.

Marlis Prinzing : Le sujet nous préoccupe l'un comme l'autre, puisque nous avons tous deux effectué des recherches sur le journalisme politique et l'avons enseigné en sciences de la communication. En outre, chacun d'entre nous dispose d'une expérience en politique et a travaillé comme journaliste politique.

Qu'est-ce que le journalisme politique ? Dans le journalisme local et régional, par exemple, on travaille souvent sur des sujets politiques, mais on n'y est pas considéré comme un « journaliste politique ».

Roger Blum : Le journalisme est politique lorsqu'il prend pour objet la politique, que ce soient les institutions politiques, les acteurs politiques ou les thèmes politiques. Un journaliste correspondant au Palais fédéral à Berne ne fait pratiquement que du journalisme politique, tandis qu'un journaliste local passe du journalisme politique au journalisme économique, puis au journalisme de divertissement, et ainsi de suite.

Marlis Prinzing : Le journalisme politique doit fournir la prestation dont ont besoin les citoyens responsables pour pouvoir prendre des décisions sur des sujets politiques en étant correctement informés. Il doit apporter de nombreuses explications, puisque les citoyens ne disposent habituellement pas d'une connaissance approfondie des principes du fonctionnement des institutions et des systèmes démocratiques.

Comment résumeriez-vous en quelques mots les 900 pages de votre manuel ?

Marlis Prinzing : Nous construisons un pont entre la recherche actuelle et la pratique. Le manuel donne, par exemple, un aperçu du travail des journalistes politiques dans les capitales médiatiques telles que Berlin, Bruxelles, Paris ou Washington. Autre exemple : il présente la manière dont les journalistes d'investigation traitent avec leurs informateurs.

Roger Blum : Notre manuel intègre de nombreux sujets et approches : il comporte des contributions issues de la recherche

« Je me pose beaucoup de questions sur le point d'équilibre. »

Marlis Prinzing

et de la pratique, de la politique intérieure et étrangère, en mettant l'accent sur l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse. Les démarches, les compétences et les expériences des auteurs sont variées.

Quels sont vos publics cibles ?

Marlis Prinzing : Nos destinataires principaux sont les professionnels et les spécialistes des médias. Cependant, nous nous adressons également aux politiciens, car ces derniers sont nombreux à ne pas savoir quelles tâches doit remplir le journalisme politique. Ils s'attendent à ce que les journalistes ne relatent que ce qui leur convient. Or, il ressort clairement de notre manuel qu'un secteur des médias qui fonctionne est dans l'intérêt du monde politique. En effet, la confiance envers les médias et envers la politique sont quasiment indissociables. Dans la plupart des pays où le système médiatique fonctionne et où le public fait confiance aux médias, on constate que les citoyens font également confiance aux institutions politiques et s'intéressent à la politique.

Roger Blum : Par ailleurs, les personnes chargées des relations publiques font aussi partie de nos destinataires, tout comme celles qui travaillent pour l'administration ou les chancelleries d'Etat, car elles ont souvent affaire à des journalistes politiques.

Le manuel contient également des comptes rendus sur le journalisme politique dans 19 pays différents. Comment se présente le journalisme politique suisse en comparaison internationale ?

Roger Blum : Il est plutôt animé, grâce à la démocratie directe. Peu d'autres Etats ont autant de votations et d'élections dont il faut rendre compte. L'une de ses forces réside dans le fait qu'il traite, plus que dans beaucoup d'autres pays, de contenus politiques, par exemple la réforme de l'AVS ou les nouveaux avions de combat, ce qu'on désigne en anglais par le terme « policy ». Ce domaine est fréquemment négligé dans les autres pays au profit du domaine du « politics », c'est-à-dire des luttes, des procédures et des intrigues politiques. A mon avis, l'une des faiblesses du journalisme politique suisse vient du fait qu'il critique souvent les personnes, mais rarement le système. Lorsqu'il s'agit par exemple de l'élargissement du Conseil fédéral, les médias ne formulent aucune idée originale : ils rapportent les propos des politiciens, mais ils ne fournissent eux-mêmes que peu d'analyses et évitent de remettre en question le système.

Marlis Prinzing : Une étude récente a comparé les attitudes des journalistes en Allemagne, en Autriche et en Suisse. Elle a

mis en évidence un fait marquant : les journalistes portent un regard critique sur de nombreuses politiques de leurs gouvernements, mais ils considèrent en même temps que leur mission professionnelle consiste avant tout à informer, non à critiquer. Cette attitude ne manque pas de surprendre, car l'une des tâches principales du journalisme consiste à exprimer des critiques fondées et à exercer une forme de contrôle sur le pouvoir.

On reproche souvent aux journalistes de distiller leur propre idéologie, au lieu de se borner à rapporter les faits. S'ils proposaient d'élargir le Conseil fédéral, n'outrepasseraient-ils pas le rôle que de nombreuses personnes s'attendent à les voir jouer ?

Roger Blum : Bien entendu que les journalistes ont leurs propres idées politiques, mais il ne faut pas tout mélanger. Dans le journalisme politique, certaines conclusions découlent d'une analyse approfondie. Les journalistes politiques doivent être en mesure d'analyser et de tirer des conclusions sur le système et l'action politiques à partir de leurs connaissances et de leurs observations.

Marlis Prinzing : Par ailleurs, le commentaire est un genre journalistique à part entière, ce qui n'est pas entièrement clair pour de nombreux politiciens et pour une partie importante du public. Un bon éditorial professionnel propose une opinion et s'appuie sur une argumentation. La prestation qui est offerte au lecteur est un argumentaire, qui contient à la fois le pour et le contre. Rien n'oblige le lecteur à partager les conclusions de l'auteur, c'est-à-dire son opinion.

Le public souhaite-t-il encore lire des commentaires ?

Roger Blum : Je suis persuadé que le public aime les lire. Il faut cependant bien faire la distinction entre les commentaires et les comptes rendus tendancieux. Un journaliste ne remplit pas sa mission s'il n'évoque que les orateurs dont il partage les opinions politiques en rapportant les délibérations du Conseil national. En revanche, il a correctement interprété son rôle s'il fait des comptes rendus fidèles, s'il mentionne également les interventions des députés envers qui il est critique et qu'il livre ensuite un commentaire.

Les critiques des journalistes leur reprochent d'exprimer leurs opinions. Ils se réfèrent souvent à des études qui démontrent que les journalistes se situent politiquement à gauche...

Roger Blum : Les études qui démontrent que les journalistes ont tendance à avoir des opinions de gauche sont fondées. C'est pratiquement le cas dans toutes les démocraties occidentales. Cette tendance s'explique par le fait que la plupart des journalistes ont suivi une formation académique. On obtiendrait le même résultat si l'on interrogeait tous ceux qui ont fait des études universitaires sur leurs préférences politiques. Leurs opinions sont orientées plus à gauche et en faveur de l'écologie que celles de la population dans son ensemble.

Les questions essentielles sont de savoir si les journalistes assument leur rôle de manière professionnelle, s'ils prennent les décisions relatives à leur travail quotidien en s'appuyant sur des motifs journalistiques, s'ils parviennent à avoir du recul par rapport à leurs opinions politiques et s'ils n'expriment leurs propres avis que dans les commentaires.

Marlis Prinzing : Les professionnels des médias sont confrontés à de nombreuses critiques, ce qui les rend parfois perplexes quant à leur mission. L'ambiguïté croissante de la notion



Marlis Prinzing & Roger Blum (dir.). Handbuch Politischer Journalismus. Herbert von Halem Verlag, 2021, 909 pages. Disponible uniquement en allemand.

d'équilibre m'inquiète en particulier. Certes, les journalistes sont tenus d'informer de manière aussi équilibrée que possible. Toutefois, ce principe pose problème quand ils confondent équilibre et « faux équilibre ». Il n'est pas équilibré de donner, lors de débats sur le coronavirus ou sur le changement climatique, une place excessive à des opinions extrêmes et marginales afin de ne pas risquer de se faire reprocher de réprimer certains points de vue.

Où constatez-vous des carences dans le journalisme politique suisse ?

Roger Blum : Ce qui manque le plus, c'est la couverture de la politique locale. Un journaliste politique devrait être présent à chaque assemblée communale, ce qui n'est malheureusement pas possible. Il en résulte que les présidents ou les conseillers communaux disposent d'une influence considérable et peuvent duper les citoyens, car ces derniers participent souvent aux assemblées communales sans y être préparés. C'est là que l'observation critique fait défaut, parce que les ressources nécessaires manquent.

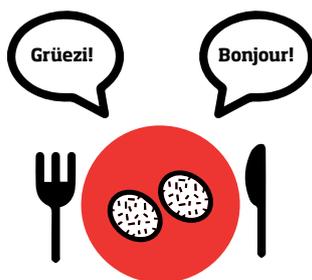
Marlis Prinzing : La plupart des grandes enquêtes sont menées par des équipes nationales ou internationales. Cependant, il y a de nombreuses choses scandaleuses qui se déroulent aussi au niveau local et régional et qui mériteraient qu'on y consacre des enquêtes approfondies.

En outre, je souhaiterais qu'il y ait plus de nouveaux formats pour que les jeunes journalistes destinés à prendre la relève puissent davantage s'essayer à de nouvelles manières, plus fraîches, d'expliquer la politique. Les chaînes du service public pourraient justement créer l'espace nécessaire à ces expériences.

Connait-on déjà des méthodes permettant d'atteindre un public plus jeune ?

Marlis Prinzing : Il n'y a pas de voie royale, mais nous avons des pistes. Les étudiants avec lesquels je travaille en Suisse et en Allemagne ont un penchant pour les reportages émotionnels. Il ne s'agit pas de chercher le scandale, mais plutôt d'informer sur la manière dont les gens ressentent certaines situations. Ou des formats dans lesquels un reporter raconte et explique sa démarche avec des éléments personnels.

Roger Blum : On n'exploite pas assez la variété des formes de présentation. Il ne faut pas se contenter de comptes rendus et de commentaires ici et là pour les compléter, car on peut très bien expliquer la politique en racontant des histoires avec des portraits, des reportages courts, des chroniques ou encore des billets. Cela demande de l'imagination, du temps, parfois du courage, mais il faut le faire.



Comment rendre compte des Jeux olympiques ?

Klaus Zaugg Grand succès de la propagande

Je n'ai jamais connu de meilleures conditions de travail qu'en février 2022 à Pékin. Je me permets de porter ce jugement après avoir couvert quinze Jeux olympiques au cours de ma carrière. La seule contrainte à laquelle devaient se soumettre les journalistes étrangers était de se prêter à un test rapide quotidien. Nous avons aussi dû fournir de multiples données électroniques aux autorités chinoises en arrivant dans le pays.

Les Jeux se sont déroulés dans une bulle. Les invités étrangers pénétraient dans un espace coupé du monde extérieur et ne quittaient cet espace que pour rentrer dans leur pays. On circulait entre les différents lieux (hôtel, centre des médias, stades) en empruntant des moyens de transport (bus, train) qui n'étaient pas accessibles au public. A l'intérieur de ces espaces fermés, on pouvait parler sans entrave avec n'importe qui ; il suffisait de porter un masque en permanence et de garder ses distances.

Les canaux de communication vers l'extérieur étaient grands ouverts, les connexions Internet étant gratuites, rapides et fiables. Voilà pour les bons côtés. Le régime a mis à la disposition des journalistes étrangers les technologies de communication les plus modernes pour qu'ils puissent diffuser de belles images dans le monde entier, des images pleines d'émotion, montrant les drames vécus par les athlètes et leurs victoires, un public ravi et des décors impeccablement soignés. Les Jeux olympiques de Pékin 2022 représentent le plus grand succès de propagande de l'histoire du sport.

Marco Polo a voyagé en Chine il y a environ 700 ans. Il était alors certainement mieux renseigné sur les conditions qui régnaient dans le pays que nous ne l'étions en février 2022. Jamais les médias internationaux n'ont été aussi sourds et aveugles que durant ces Jeux olympiques : ils ne pouvaient voir ou entendre ce que les autorités chinoises leur laissaient voir ou entendre.

Les JO ont-ils encore un sens dans ces conditions ? Ni plus ni moins que dans des circonstances normales. Ceux qui le souhaitent peuvent encore se dire que l'humanité est plus forte qu'une pandémie : elle peut encore organiser des Jeux olympiques malgré cette calamité. C'est là, malgré tout, un message d'espoir.

Klaus Zaugg (65 ans) a couvert les Jeux olympiques de Pékin pour CH Media et pour *Watson.ch*.

Vincent Costet Davantage un porte-micro

Ah... les Jeux olympiques d'hiver ! Ils me font le même effet à chaque fois : je redeviens un fou de sport télévisé, à n'importe quelle heure. Mon excuse pour regarder en plein milieu de la nuit des gens glisser sur de la neige : le décalage horaire. J'en sors crevé, de ces trois semaines. Un peu comme si j'avais participé moi-même à l'épreuve des 50 km de ski de fond !

J'ai toujours une pensée pour les confrères qui « couvrent » (pardonnez-moi le jargon) cette folie furieuse. Je me revois à Vancouver 2010, à courir comme un dingue dans tous les sens pour les radios régionales romandes. A croire que moi aussi, je visais une médaille, mais imaginaire...

Je logeais dans un hôtel de Richmond, dans la banlieue sud de Vancouver, au milieu de l'une des plus grandes communautés... asiatiques du monde hors Asie. D'ailleurs, pour pousser à peine le parallèle, le débat sur l'enneigement artificiel à Pékin me fait un peu sourire. Je me souviens de la météo beaucoup moins hivernale de ces JO canadiens, dans le climat océanique de Whistler, pourtant l'une des plus grandes stations de ski de l'Amérique du Nord.

Je faisais la navette entre les salles de presse de Vancouver et de Whistler, et mon lit. Je me rappelle avoir fait un direct téléphonique dans ma baignoire, une nuit aux alentours de minuit, histoire de faire sourire les auditeurs neuchâtelois à leur réveil. Véridique !

A y repenser j'étais presque davantage un porte-micro qu'un journaliste, au Canada. Je bondissais d'un site de compétitions à l'autre, d'une réaction de champion à l'autre. Je ne devais surtout pas oublier trois choses : mon accréditation, ma réserve de piles (pour le micro), et boire du café.

Comme je n'ai pas inventé grand-chose, et surtout pas le don d'ubiquité, j'ai tissé des alliances contre nature avec les Suisses alémaniques. Très sympas, d'ailleurs, mes confrères. Mais je crois me souvenir que je leur ai envoyé davantage de « sons » (des réactions enregistrées) que je n'en ai reçus...

Je me suis retenu jusqu'ici, mais je dois lâcher le morceau : grâce aux JO de Vancouver, j'ai été dans le même avion que Teemu Selänne, une légende vivante du hockey sur glace. Vous n'êtes pas jaloux, n'est-ce pas ? Bon, je retourne devant la télé !

Vincent Costet est journaliste pour le quotidien *ArctInfo*.

Journalisme, parent pauvre et snobé de la littérature

Pourquoi être écrivain est plus prestigieux que d'être journaliste, alors que plus d'un tiers des lauréats du prix Nobel de Littérature sont des journalistes ? Enquête.

PAR ANNA AZNAOUR

Sept marins perdent la vie dans le naufrage de leur navire en mer. Le seul survivant du drame accepte de raconter l'événement à un journaliste. Les jours qui suivent, ce dernier va tenir en haleine tout le pays avec sa chronique de quatorze articles où il relate les faits. Et ce, bien que l'issue de l'affaire soit connue de tous.

Alors que le journal s'arrache grâce à ses écrits sur l'actualité, le jeune homme, mal rémunéré, se tourne vers la littérature. A l'instar de beaucoup de ses collègues. Et en 1982, à l'âge de 55 ans, c'est enfin la consécration : Gabriel García Márquez reçoit le prix Nobel pour *Cent ans de solitude*, son roman au réalisme magique.

Tout comme beaucoup d'autres journalistes avant et après lui, parmi lesquels Ernest Hemingway, Albert Camus, John Steinbeck, etc. Pourtant, aujourd'hui, dans la perception du public, un mur invisible sépare le journalisme de la littérature. Une cloison qui relègue le premier au statut de l'artisanat périssable, tandis que la seconde est érigée en art intemporel. Pourquoi ? Sept éditeurs romands ont accepté de partager leur point de vue sur la question.

Le jetable est rejeté. Le cycle de vie des écrits semble être l'un des indices clés de la compréhension de cette différence de statut et de reconnaissance. Pour Cathy Roggen-Crausaz, fondatrice des Editions du Bois Carré, la faute incombe aux enjeux commerciaux, très différents qu'il s'agisse du journalisme ou de la littérature. « La similitude principale entre la presse écrite et la littérature est que, dans les deux domaines, au début, on gagne des clopinettes. Pour ce qui concerne les livres, il peut s'agir d'un à deux francs par exemplaire. »

Elle poursuit : « Mais si l'ouvrage devient un best-seller, son succès commercial va rejaillir sur l'auteur, sous forme aussi bien financière que de notoriété personnelle. Or, ce n'est guère le cas dans le journalisme. A moins de recevoir un prix journalistique ou encore de déployer sa plume dans les colonnes d'un titre très prestigieux, la plupart des journalistes demeurent souvent dans l'ombre. Et ce, malgré la qualité et l'importance de leurs textes, dont le succès des ventes ne se répercute pas sur leur rémunération. Ces écrits eux-mêmes sont voués à l'oubli, puisque le journal finit à la poubelle le lendemain. »

Un talent commun. Tandis que Sophie Rossier, directrice des Editions Favre, avance une autre explication de cette inégalité de statuts : « J'ai l'impression que le fait d'être écrivain est considéré comme une vocation, qui s'apparente aussi à un luxe, celui de vivre de ses créations. Etre

journaliste est, en revanche, vu comme un choix, qui de plus est opéré par nécessité économique. Personnellement, je considère que le talent peut être tout à fait commun aux deux et qu'il y a beaucoup plus de perméabilité entre le journalisme et la littérature qu'on veut bien le reconnaître. En est l'une des preuves l'ouvrage *Cellule dormante* du journaliste Christian Lecomte, que nous avons publié et qui a été récompensé par le Prix littéraire Roman des Romands. Là, on peut clairement parler de l'apport de son travail et de son expérience de reporter dans ce récit fictionnel qui traite d'un sujet d'actualité : enrôlement des jeunes dans la filière djihadiste. »

Mais il y a encore la question du style. Cette fameuse allure expressive qui distingue les textes littéraires des articles journalistiques. Leur principale différence est dans le rapport à la réalité, à en croire l'éditeur Bernard Campiche, qui affirme : « Quand on est journaliste, on relate les faits. Un écrivain, lui, donne son point de vue de narrateur. » A cela, Caroline Coutau, directrice des Editions Zoé, rajoute l'universalité du message qui, avec le style, est la composante fondamentale d'une œuvre littéraire destinée à la postérité. Pour l'éditrice, lors de l'exercice de son métier, le style du journaliste qui doit réagir à l'actualité, c'est-à-dire à l'éphémère, est bien différent et moins personnel. Elle note cependant la capacité des professionnels de talent à jongler avec des formes narratives. « Finalement, la pratique de ce métier pourrait s'apparenter à celle de l'exercice de la barre chez une danseuse. Ecrire tous les jours confère une aisance que d'autres ont peut-être moins. »

De l'authenticité. Un avis partagé par Pascal Ortelli, directeur des Editions Saint-Augustin, qui confie : « Pour notre nouvelle collection *Terres d'encre*, nous collaborons essentiellement avec des journalistes. Un choix délibéré car, à part leur belle plume, ce qui nous intéresse, c'est précisément leur objectivité. Elle confère une dimension d'authenticité à cette série d'ouvrages dont l'objectif est d'immortaliser des parcours, récits de vie, expériences personnelles aussi bien des individus que des institutions qui font appel à nous. »

Considérant cette proximité des journalistes avec le réel, comment se fait-il alors qu'ils soient autant dénigrés par rapport aux écrivains ? Pour Michel Moret, directeur des Editions de l'Aire, la réponse est simple : « Le grand public n'aime pas se voir dans ce miroir que lui tend le journaliste. Il est conscient de sa faiblesse et de son ignorance, mais il ne veut pas le savoir. Dignité oblige ! Et quand cette vérité est trop évidente, il fait le procès des élites... »



Gabriel García Márquez a été journaliste avant de devenir un écrivain de renommée mondiale. On le voit ici sur la photo d'un article consacré à son décès en avril 2014. Une image prise à Aracataca, son lieu de naissance en Colombie.

Résumé d'un divorce. Parlant d'élite, il fut un temps où les journalistes en faisaient partie. Cet âge d'or concerne surtout le 19^e siècle, durant lequel les journaux cherchaient de belles plumes et employaient des écrivains. Ainsi, Alexandre Dumas et Emile Zola, parmi tant d'autres, en feront partie, et perceront d'abord comme journalistes avant de gagner de la renommée en tant qu'écrivains. Le vrai divorce entre la littérature et le journalisme s'opérera au 20^e siècle, lorsque la presse écrite va professionnaliser le métier de journaliste en créant des standards de langage, puis d'éthique.

Après cette mise à distance avec les belles lettres, aujourd'hui, le style de la presse flirte avec les codes du marketing, pour le plus grand bonheur des ignorants et la consternation des connaisseurs. De plus, les campagnes de propagande de certains titres deviennent tellement évidentes que la confiance n'est plus. Demain, selon toute vraisemblance, les deux seules choses qui resteront constantes seront, sans surprise, la censure et l'exode des journalistes vers d'autres horizons. Remarquons qu'en Suisse, ce métier enregistre le plus faible nombre de retraités. Pourquoi ? On se le demande...

« Le journalisme mène à tout... » à condition de pouvoir en sortir », disait Jules Janin, journaliste et écrivain. Chez Cathy Roggen-Crausaz, il a transformé les professionnels des médias en conteurs, spécialisés en botanique et en mythologie, qui nimbent les plantes d'un univers magique. C'est aussi cela, la littérature, un espace inespéré de liberté où, des contraintes de leur journal, de l'envie voire de la haine suscitée par leur travail bien fait, certains journalistes se réfugient.

Ainsi, dans ses quatorze articles parus dans le quotidien *El Espectador*, le journaliste Gabriel García Márquez avait révélé un mensonge d'Etat : les sept marins colombiens du navire de guerre *Caldas* n'avaient pas péri à cause d'une tempête en mer. C'est une cargaison interdite, mal arrimée, qui avait fait sombrer leur bateau ! Révélation choc qui lui vaudra des menaces de mort. Contraint de quitter sa Colombie natale pour se réfugier en Europe, ce sera l'occasion pour lui de se vouer à la littérature. Est-ce que l'on aurait entendu parler de ce talentueux et courageux journaliste s'il n'était pas devenu écrivain ? Ou encore de ses valeureux collègues Honoré de Balzac, Lev Tolstoï, Jack London, George Orwell, Svetlana Alexievitch, Hrant Dink, etc., dont les révélations ont fait trembler les gouvernements ? Rien n'est moins sûr...

La Petarde tonnera au début de l'été

Le projet d'une nouvelle plateforme satirique intitulée Petarde est né en réaction à l'acquisition du Nebelspalter par un groupe d'investisseurs emmenés par Markus Somm. Petarde a reçu un accueil très favorable. PAR BETTINA BÜSSER



C'était une idée de génie. Le financement participatif organisé pour le lancement de *Petarde* devait servir à garantir un revenu inconditionnel « pour faire rire » à dix satiristes, d'un montant de 500 francs par mois pendant un an. Le public potentiellement intéressé par la plateforme satirique a accueilli favorablement cette idée : la collecte de fonds a récolté 163 000 francs, au lieu des 120 000 escomptés. Le projet est soutenu par des figures établies du milieu, comme les satiristes Patti Basler et Renato Kaiser, le dessinateur Ruedi Widmer ou encore Peter Schneider.

Le véritable coup d'envoi du projet a été donné fin 2020 par Markus Somm, ancien rédacteur en chef de la *Basler Zeitung*, lorsqu'il a acheté le *Nebelspalter* avec d'autres investisseurs. Cette acquisition laissant présager de nombreux changements, une partie des dessinateurs ont mis un terme à leur collaboration avec le magazine. Parmi ceux-ci, la caricaturiste Regina Vetter et les dessinateurs Tom Künzli (Tomz) et Andreas Ackermann (oger), qui forment désormais le noyau dur de l'équipe de *Petarde*. « *Le Nebelspalter* se présente comme le plus ancien journal satirique du monde. Nous ne pouvions pas nous résigner à ce qu'il soit simplement racheté et utilisé à d'autres fins. », explique Andreas Ackermann. Ces anciens collaborateurs du *Nebelspalter* ont donc lancé le site Internet « Wer braucht schon satire ? ».

Jaloux des Romands. Il ne s'agit pas uniquement du *Nebelspalter*, déclare Andreas Ackermann, mais plus généralement du soutien dont bénéficie la satire en Suisse alémanique. « Les choses sont différentes en Suisse romande, où il y a une culture de la satire bien ancrée. Nous envions un peu nos collègues romands. » En Suisse alémanique, les possibilités de publication sont moins nombreuses et, par ailleurs, les commandes diminuent : « Les rédactions préfèrent carrément supprimer les caricatures plutôt que de risquer un scandale. »

Manifestement, il y a encore un public pour la satire. Le projet *Petarde* est né à la suite des réactions chaleureuses obtenues par le site « Wer braucht schon satire ? ». Il s'agit de créer une plateforme pour la satire au sens large : pas uniquement pour les dessins animés, les bandes dessinées et les caricatures, mais aussi pour les memes ou pour les artistes de scène. « Nous voulons lancer un projet qui présente toutes les facettes de la satire », explique Andreas Ackermann.

Comme le financement participatif a connu un succès plus important que prévu, douze satiristes pourront bénéficier de ce revenu. Que doivent-ils faire en échange de ce revenu ? Il n'y a pas de cahier des charges, « mais la liberté qu'offre le revenu inconditionnel « pour faire



rire » permettra de tenter diverses expériences qui demandent plus de travail ou qui sortent du commun », répond Andreas Ackermann. Rien ne garantit que le résultat de ce travail soit mis en ligne sur *petarde.ch*. « Nous devons certainement contrôler les contenus avant de les mettre en ligne. Nous ne publierons certainement pas de contribution à caractère raciste. Mais nous devons peut-être accepter certaines idées provocatrices, car la satire peut aller très loin. »

Accès gratuit. Les satires des bénéficiaires du revenu n'ont pas encore été publiées sur *petarde.ch* au moment où nous mettons sous presse. « Au début, nous avons annoncé le lancement pour le premier trimestre 2022, explique Andreas Ackermann, mais il est maintenant prévu pour le début de l'été. » Le choix d'une infrastructure numérique, la mise en place de la rédaction, le procédé pour désigner les bénéficiaires du revenu « pour faire rire » - tout cela demande du temps et, ajoute-t-il, « nous travaillons sans salaire, avons des effectifs limités et débutons dans le domaine des start-ups médiatiques ».

Il est d'ores et déjà certain que l'accès à la plateforme sera gratuit : « Pour nous, la satire est un bien commun. Mais nous invitons le public à nous soutenir », déclare Andreas Ackermann. En effet, *Petarde* sera financé par les cotisations des membres. Par ailleurs, le noyau dur de l'équipe examine la possibilité d'obtenir une aide de la part de fondations. L'essentiel du financement doit cependant provenir des membres, « sinon, la question de l'indépendance se posera rapidement ».

Publicité

NOUVEAUX MÉDIAS. NOTRE PASSION.

bachmann medien ag | Beratung. Verlag. | bachmannmedien.ch

« Les légendes empêchent l'imaginaire »

Christian Lutz nous offre un aperçu de son travail.

PROPOS RECUEILLIS PAR JEAN-LUC WENGER

EDITO : *Vous ne travaillez pas particulièrement pour la presse, juste ?*

Christian Lutz : Non, je m'en distance, mais j'ai beaucoup de respect pour le photojournalisme bien que ce ne soit pas ce que je pratique. Ma dernière série et ma dernière publication, *Citizens*, est le fruit d'un travail de 7 ans dans une dizaine de pays sur le thème du populisme. Pour moi, il s'agit de montrer des traces, j'aime la sonorité de l'image. C'est évidemment symbolique, il s'agit d'une parole libre.

Vous n'ajoutez jamais de légendes à vos images, pourquoi ?

Je considère que les légendes empêchent l'imaginaire. Or, je transforme le réel en fiction.

Que recherchez-vous lorsque vous prenez une photo ?

Je cherche sa force intrinsèque et tente de donner de l'émotion. Je travaille une image durant 5 à 6 jours, je peaufine.

*Comment a démarré le projet *Citizens* ?*

En bas de chez moi. J'ai assisté à une action d'un parti politique local. Tout est question de pouvoir et je réagis à ces dysfonctionnements...

Dans votre trilogie, vous avez justement traité des différents pouvoirs ?

Oui, de manière différente. Lorsque je montre des images du Nigeria, c'est pour dénoncer le néocolonialisme et le pillage des ressources premières. Ou la série *Jesus' Name* au sein de l'Eglise évangéliste ICF, à Zurich, qui m'a valu un procès. D'une certaine manière, c'est mon engagement politique.

Et le pouvoir politique ?

Je l'ai fait avec *Protokoll*, dans les coulisses du Parlement fédéral. Cette exposition a même été montrée aux Etats-Unis. Je pense qu'il s'agit là d'une forme d'universalité que je cherche dans mes sujets. Ce travail au cœur de la politique suisse intéresse même les Etats-Unis car le théâtre politique est universel, justement.

Une image a-t-elle le pouvoir de faire changer le monde ?

Oui, je pense, mais à petite échelle. Je ne suis personnellement pas un témoin, ce n'est pas mon rôle. Le mien est de continuer à stimuler l'imaginaire. Il faut passer par la poésie et ne pas assommer les gens avec des messages. Et puis, je fonctionne par association d'idées.



Christian Lutz a plongé dans les coulisses du pouvoir politique en 2007. Il en a retiré une série d'images : *Protokoll*. Les œuvres de Christian Lutz sont exposées dans le monde entier et publiées régulièrement.



Christian Lutz est né en 1973 à Genève. Photographe documentaire indépendant, il a reçu de nombreux prix, dont celui de la Swiss Photo Academy en 2020. Il est l'auteur de nombreux ouvrages, le dernier étant *Citizens*, paru aux Editions Patrick Frey à Zurich en 2021. www.christianlutz.org



Christian Lutz a parcouru l'Europe pour s'immerger dans des lieux « frappés de populisme ». Il en a tiré *Citizens* en 2021. En bas, une image tirée de *Tropical Gift*.





Ile d'Oléron, France, 1959

Les personnages n'ont pas les yeux rivés sur leurs téléphones portables ; il ne s'agit pas non plus d'un véhicule électrique. Ursula Vian-Kübler et son père Arnold Kübler font une pause sur l'île aux mimosas, un journal et un livre étalés devant eux, à côté d'une deuxchevaux. Ursula Vian-Kübler (1928-2010) était danseuse de ballet, actrice et chorégraphe, elle a également joué dans plusieurs films. Arnold Kübler (1890-1983) était écrivain, dessinateur et journaliste. En 1941, il fonda le magazine culturel *Du. La France* était leur seconde patrie. Nous devons cette image à la photographe suisse Anita Niesz (1925-2013), l'une des rares femmes à réaliser des photographies documentaires à l'époque.

Photographie : Anita Niesz (Fondation suisse pour la photographie)

« Des hommes blancs et universitaires travaillent avant tout dans les rédactions »

Idris Djelid, secrétaire régional Médias chez syndicom, en entretien avec Anna Jikhareva, coprésidente de Neue Schweizer Medienmacher*innen (NCHM*).



Idris Djelid

Idris Djelid: *Que représente NCHM* et pourquoi a-t-on besoin de vous ?*

Anna Jikhareva: Depuis notre création à la suite des manifestations «Black Lives Matter» en été 2020, nous nous engageons pour deux choses. Pour une plus grande diversité dans les rédactions suisses. Et pour une couverture médiatique antiraciste qui reflète de manière adéquate une société post-migratoire, dans laquelle plus d'un tiers des personnes n'ont pas d'ancêtres avec un passeport suisse. Ces deux aspects passent malheureusement souvent à la trappe. Dans un grand nombre de domaines, le reportage se caractérise par un manque flagrant d'expertise, dont la conséquence est la reproduction de stéréotypes racistes et antisémites. Parfois, on a même le sentiment que les journalistes n'ont encore jamais entendu parler de structures discriminantes ou de profilage racial. Et pour que cela change, nous avons besoin d'une sensibilisation

et de personnel, qui apporte d'autres perspectives ou de nouveaux thèmes dans les rédactions. A ce jour, des hommes blancs et universitaires travaillent avant tout dans les rédactions.

Qu'avez-vous fait jusqu'à présent et de quoi êtes-vous particulièrement fiers ?

Notre campagne de grande envergure a été une coopération avec Neue deutsche Medienmacher*innen, notre homologue en Allemagne. Elle a porté sur la «rectification météorologique». Début 2021, nous avons acheté des phénomènes météorologiques et leur avons donné des noms de migrant-e-s: «dépression Ahmet» au lieu de «dépression Moritz». L'action a rencontré un large écho. Dans le discours public, elle a sensibilisé de manière ludique à la sous-représentation des personnes issues de la migration. Par ailleurs, nous organisons des ateliers de travail avec les maisons d'édition, proposons des critiques de journaux et intervenons dans le débat avec nos propres contributions ou en tant que participant-e-s à des tables rondes.

Votre site web existe jusqu'à présent uniquement en allemand et vous n'êtes actifs qu'en Suisse alémanique pour le moment. Comment pourriez-vous élargir vos activités à la Suisse romande et au Tessin ?

Il est vrai que nous ne sommes actifs qu'en Suisse alémanique pour l'instant. Ceci s'explique par le fait que nous travaillons dans des maisons de presse alémaniques et connaissons beaucoup moins les débats en Suisse romande et au Tessin. Par ailleurs, nous travaillons comme bénévoles, et avons donc peu de ressources à disposition. Mais il va de soi que notre démarche concerne l'ensemble du pays. En Suisse romande et au Tessin, nous aurions absolument besoin de coéquipiers et coéquipières motivés pour nous rejoindre.

Comment NCHM peut-il être soutenu ?*

Le meilleur moyen de nous soutenir est de collaborer activement à NCHM*. Nous voulons créer un large et solide réseau de personnes qui partagent nos idées. Mais même celles et ceux qui n'ont pas la possibilité de s'investir peuvent devenir membres de notre association et nous soutenir financièrement. Notre prochain objectif consiste à mettre en place un centre de contact. Mis à part cela, nous attendons avec impatience des suggestions et commentaires, des invitations à des critiques de journaux et des échanges. Plus nous serons, plus nous pourrons exercer une pression pour que les choses changent.



Anna Jikhareva



syndicom s'engage pour des médias forts.

Et pour des journalistes fort·e·s et indépendant·e·s

Nous nous engageons avec des événements passionnants, un réseau fort et de nombreuses prestations – par exemple la carte de presse et notre assistance juridique professionnelle.

Avons-nous éveillé ta curiosité? Affilie-toi maintenant et renforce ta branche →



syndicom

SYNDICAT DES MÉDIAS ET DE LA COMMUNICATION

Echec de la loi sur l'aide aux médias - quelles perspectives ?



Hansi Voigt est journaliste et conseiller en médias. Il a notamment été rédacteur en chef de *20 Minuten* et a fondé le portail d'information *Watson.ch*.

A l'avenir, le modèle d'affaires des médias - domaine dans lequel il est désormais impossible de gagner de l'argent - devra avant tout éviter de coûter excessivement cher. 1000 journalistes rémunérés 100 000 francs par an reviennent à 100 millions par an. On pourrait, au moyen d'un registre professionnel, limiter la durée de ces 1000 postes et les attribuer aux journalistes par tirage au sort. Cette proposition est certes un peu absurde, mais elle fait ressortir à quel point il peut être bon marché d'avoir une population informée de manière indépendante - pour autant que ce soit ce que l'on souhaite.

L'information crédible deviendra un bien culturel pour la société. Dans ce domaine, le monde des fondations est particulièrement sollicité. Désormais, les cantons le seront eux aussi. Le lendemain de l'échec de la votation, un député vert/libéral du Grand conseil bâlois a déposé une intervention parlementaire en faveur d'un soutien aux médias. D'autres cantons suivront. A Bâle, 25 postes de journaliste à plein temps pourraient être financés si les fonds que le canton a économisés sur les coûts de la feuille officielle étaient utilisés pour placer des annonces dans les portails régionaux, sans pour autant que les autorités aient la possibilité d'influencer leur contenu. On doit cette idée, aussi simple que géniale à Peter Knechtli, pionnier bâlois de la presse en ligne. Sa mise en œuvre coûterait à peine 2,5 millions de francs.

Un nouveau modèle d'affaires qui connaît un large succès implique la participation financière des lecteurs. Il suffit de voir que l'hebdomadaire zurichois *Wochenzeitung*, qui est en pleine croissance, met désormais presque tous ses contenus en ligne gratuitement, ce qui ne l'empêche pas d'enregistrer un nombre d'abonnés en constante augmentation. Ce succès permet de s'apercevoir que les lecteurs ne paient pas pour acheter les articles de la *Wochenzeitung*, mais plutôt pour que ceux-ci puissent tout simplement exister. Les contenus sont pour ainsi dire libérés de leur carcan et peuvent être échangés et débattus par les lecteurs. C'est comme si Internet avait été inventé pour cela. Le *Guardian* au Royaume-Uni ou la *Taz* en Allemagne ont opté pour cette approche, tout comme l'ont fait le magazine *Republik*, *Bajour*, *Tsüri.ch* et *Lamm* en Suisse alémanique. Ce sont encore des jeunes pousses, mais un véritable écosystème médiatique est en train de naître, composé d'acteurs totalement indépendants.

La SSR aura un rôle important à jouer. On doit la considérer comme un bien commun numérique. Ses contenus et ses prestations doivent être à la disposition de tous ceux qui respectent les règles du jeu journalistique. Tous les acteurs, qu'il s'agisse de nouveaux arrivants ou de médias établis, pourraient proposer une offre locale intéressante sur cette base, en la complétant par leurs propres contributions.

La votation a fait clairement ressortir que les grands éditeurs ne font pas partie de la solution, mais bien du problème. En effet, chacune de leurs publications trouvera un candidat désireux de les acquérir pour des motifs politiques. A Saint-Gall, le lanceur de référendums d'extrême droite Peter Weigelt et ses riches acolytes guettent le moment où - selon leurs propres déclarations - Peter Wanner, l'éditeur de *AZ Medien*, rendra les armes. Et l'on peut avoir des craintes quand on sait comment les hommes de la *Basler Zeitung* de Christoph Blocher sont devenus en peu de temps des membres influents de Tamedia, ou qu'ils avancent cachés en faisant semblant d'avoir un modèle d'affaires basé sur les abonnements dans le cas du *Nebelspalter*.

IMPRESSUM

N° 1, Mars 2022

Soutenu par :

impressum - les journalistes suisses
impressum.ch
syndicom - syndicat des médias
et de la communication | syndicom.ch

Edité par :

bachmann medien ag | Verlag EDITO
Thiersteinerallee 17, 4053 Basel
info@edito.ch | edito.ch/fr
Editeur : Ivo Bachmann

Conseil éditorial :

Catherine Boss, Christian Campiche,
Daniel Hitzig, Vinzenz Wyss

Rédaction :

Jean-Luc Wenger (coordinateur éditorial pour
la Suisse romande), Bettina Büsser
Réalisation éditoriale: bachmann medien ag
redaction@edito.ch
Adresses e-mail chez EDITO:
prenom.nom@edito.ch

Traduction :

Liviu Groza, Pascal Mülchi

Correction :

Beat Koch

Production et Graphisme :

bachmann medien ag

Abonnements :

Abo-Service EDITO, bachmann medien ag
Thiersteinerallee 17, 4053 Basel
+41 61 535 41 84 | abo@edito.ch
Abonnement à l'année: Fr. 69.-
Abonnement à l'année à l'étranger: Fr. 89.-

Publicités :

Agence:
Gallédia Fachmedien AG, Jürg Schicker
+41 58 344 97 43 | edito@gallédia.ch

Administration et marketing:
bachmann medien ag

Impression :

UD Medien, Luzern

EDITO paraît quatre fois par an
en deux éditions (allemand et français).
Tirage global: 6825 expl. (WEMF 2021)
ISSN 1663-4802

Partenaires de coopération :

impressum **syndicom**
bachmannmedien

EDITO est soutenu par la Fondation Oertli,
Zurich, ainsi que par de nombreux dons de
lecteurs. Merci beaucoup!

Pour toutes vos annonces
et publicités culturelles

KULTURPOOL

kulturpool.com



Avec KULTURPOOL vous atteindrez
plus 900 000 lecteurs.