

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1977)
Heft: 432

Artikel: Zurich : les jeunes socialistes entre le marteau et l'enclume
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1018952>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.03.2025

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

Zurich: les jeunes socialistes entre le marteau et l'enclume

Un magistrat municipal que son parti — le Parti socialiste — refuse de représenter pour le renouvellement de son mandat. La nouvelle stupéfiée : en Suisse, les magistrats, une fois présentés et élus, ne sont plus remis en question quelle que soit l'action qu'ils mènent, et il n'est pas dans les habitudes de leur demander des comptes...

Le Parti socialiste de la ville de Zurich proposait donc, pour les prochaines élections à l'exécutif, deux anciens sur trois, Mme Lieberherr et M. Kaufmann, leur adjoignant le candidat des syndicats, et le porte-parole de son aile gauche, M. Kammerer... Voyons ce qui s'ensuivit et qui éclaire la situation.

L'élimination de M. Frech, par les réactions qu'elle suscita aussitôt, permit de vérifier les reproches qui lui étaient adressés par les militants : le « Tages Anzeiger », et même la « Neue Zürcher Zeitung » déclenchaient immédiatement une intense campagne de presse en sa faveur; un groupe de citoyens « indépendants » se déclaraient prêts à le présenter comme candidat indépendant; et l'estocade finale fut portée par les syndicats qui firent savoir qu'en aucun cas ils ne présenteraient alors leur candidat, et qu'ils étaient prêts à former leur propre liste.

Une deuxième assemblée

Une deuxième assemblée des délégués fut alors convoquée et cette fois-ci, le vote eut lieu à main levée — le détail n'est pas sans importance : nombre de militants sont fonctionnaires et leur avancement dépend aussi de leur loyauté; bref, en définitive, Frech fut préféré à Kammerer.

Si ces péripéties peu appétissantes sont ici relevées, c'est qu'elles mettent en évidence deux aspects en général peu connus du socialisme suisse alémanique : sa dépendance à l'égard des syndicats et le renouveau qui s'y manifeste depuis 1968.

Si la pression des syndicats zurichoises a ramené le Parti socialiste zurichois sur le droit chemin, c'est qu'ils disposaient par ailleurs d'un argument de poids : leur participation au financement de la campagne. Dans le tandem Parti socialiste-syndicats, que peut peser la volonté d'autonomie du premier face aux moyens financiers des seconds, à la discipline de leurs troupes que quelques fonctionnaires contrôlent avec autant d'efficacité que leur propre plan de carrière? Et cette disparité des influences se répercute évidemment sur l'opposition qui est vive entre deux clans, qui ont leur conception propre du socialisme : les syndicalistes — la base comme les dirigeants — se méfient de ces jeunes intellectuels que l'on a vu arriver au Parti socialiste depuis 1968.

Pour ces nouveaux venus, la politique ne consiste pas tant à faire évoluer des troupes obéissantes dans le combat électoral traditionnel, qu'à détacher, amplifier, traduire au niveau parlementaire, les revendications spontanées des citoyens, particulièrement en matière d'urbanisme. La défaite de M. Kammerer, étant donné les circonstances malodorantes dans lesquelles elle est intervenue, ne pourrait que confirmer ces « jeunes » dans leur méfiance à l'égard des partis (et des groupuscules), jusqu'à transformer leur déception en abandon.

Peut-être sauront-ils pourtant réactiver la distinction qu'ils avaient établie entre personne et politique : l'important n'est pas dans les personnes choisies, mais dans les politiques menées. Malgré leur défaite, et vus sous cet angle, les jeunes n'ont jamais pesé aussi fortement sur la gauche zurichoise.

DANS LES KIOSQUES

Par-dessus les frontières

Les milieux publicitaires s'intéressent vivement à la diffusion au-delà des frontières nationales des journaux et revues. Un numéro spécial de la revue

allemande « Absatzwirtschaft » a été consacré au marketing européen en 1977. Un tableau intitulé « Les voisins lisent les quotidiens des voisins » donne des indications sur la diffusion hors du pays d'origine de deux journaux français : « Le Monde » et « Le Figaro », de trois journaux allemands : « Die Welt », « Die Zeit » (en fait un hebdomadaire — Ndlr), et « Frankfurter Allgemeine Zeitung », de deux journaux britanniques : « The Times » et « The Sunday Times » (un journal dominical — Ndlr), d'un journal italien : « Corriere della Sera » et enfin de la « Neue Zürcher Zeitung ».

« Le Monde », puis la « NZZ »

En chiffres absolus, avec 72 264 exemplaires et en chiffre relatif avec 16,7 % du tirage, c'est « Le Monde » qui vient en tête. En chiffres relatifs, la Neue Zürcher Zeitung vient immédiatement après : le quotidien français : 16,4 % du tirage (16 565 exemplaires).

La Suisse représente la plus grande clientèle étrangère pour les trois journaux allemands et le « Corriere della Sera ». La Belgique est la plus forte acheteuse des quotidiens français et l'Allemagne achète un peu plus de la moitié du tirage étranger de la « Neue Zürcher Zeitung », tandis que la France est la meilleure cliente de la presse britannique.

Les publicitaires ont donné un nom à ces supports publicitaires : ils parlent de « Media Overspill » ou « Overspill media » (en français, quelque chose comme : supports publicitaires franchissant les frontières).

— En Suisse, divers journaux se préparent à paraître : « Le Journal du Valais », ou à se transformer : à partir du Nouvel An, les « Luzerner Neueste Nachrichten » seront imprimées en offset; pour le « Blick » du dimanche (Sonntags Blick) le passage à l'offset est prévu pour le 2 avril; et il se pourrait que « Tat » fête le même jour le premier anniversaire de sa relance en publiant aussi une édition dominicale, en offset évidemment.