

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1985)
Heft: 795

Rubrik: En bref

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: 15.03.2025

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

Confiance en soi

Les élections de Genève et Vaud ont fait l'objet de nombreux commentaires. Sur les résultats bien sûr, mais sur la campagne également. Ainsi on a pu lire, entendre ou parler des affiches. Médiocres, laides, insignifiantes, sinistres,..., bref de nombreux qualificatifs peu élogieux et finalement un débat d'esthètes qui a tranché sur le non-débat de fond.

Le respect des règles graphiques aurait certes rendu ces affiches plus lisibles, mais il reste à prouver qu'une affiche conçue par des professionnels est plus efficace, plus vivante que celle créée artisanalement. A Lausanne, par exemple, l'affiche des radicaux a été réalisée par une agence de publicité; est-elle pour autant plus belle (ou moins laide) que les autres? Question de goût encore une fois.

Réclame, puis publicité, la «chose» est en train de devenir communication. Un autre mot pour une même technique? Probablement pas. Dans le cas d'une campagne électorale, il est clair que les

moyens — affiches, prospectus, annonces,... — ne devraient être que le reflet de l'image que les partis veulent donner d'eux-mêmes. Mais ceci présuppose une réflexion d'abord sur l'image que les membres d'un parti peuvent avoir de lui, ensuite sur celle qu'en ont les autres, enfin sur celle que le parti souhaiterait donner de lui. Cette technique a ainsi l'avantage d'introduire une cohérence entre l'image interne et l'image externe, entre l'apparence et l'action. La définition d'une image idéale entraîne une volonté de s'en rapprocher et n'est donc pas sans incidence sur le fonctionnement du parti lui-même. Elle atténuera sans doute aussi la pudeur — souvent reprochée à la gauche — à se vouloir attirant, à séduire, non par des slogans creux, mais par des réalisations concrètes dont on osera être fiers. Les faiblesses elles-mêmes trouveront leur place dans ce langage. Car, comme pour n'importe quel produit, rien ne sert de tricher: vouloir se donner l'air «d'autre chose» risque de se retourner contre vous. Pas plus que le consommateur, l'électeur n'est dupe.

Pour être crédible, l'image doit encore s'inscrire dans la durée. Un lieu commun, certes, mais une évidence que les partis oublient parfois, soignant

leur «carte de visite» en période électorale, la négligeant le reste du temps.

La gauche a tout à gagner de cette réflexion sur l'image: une amélioration de la qualité de ses moyens de communication, mais surtout une meilleure connaissance d'elle-même et donc une plus grande confiance en elle, des objectifs définis et à suivre. Peut-être vivrons-nous alors des campagnes électorales qui engendreront la discussion sur les idées plus que sur la forme.

EN BREF

On oublie vite: aux élections communales de décembre 1984 à Berne, l'Action nationale avait accédé au troisième rang des partis locaux (10,8% des suffrages). Elle précédait neuf partis, dont l'UDC moins puissante en ville de Berne que dans le reste du canton.

* * *

Au Château de Lenzbourg, en août 1968, s'étaient réunis quatre groupements politiques, cinq journaux, sept mouvements à but limité, un groupe d'étudiants et quelques cercles culturels, tous non conformistes. Que sont-ils devenus? L'organisateur, TEAM 67, a disparu; parmi les journaux, *Zeitdienst* et *Domaine Public* paraissent encore; les mouvements pour la paix et le Jura libre poursuivent leur lutte; la librairie «Buch 2000» subsiste. En résumé, près de la moitié des participants se sont trouvés suffisamment d'enthousiasme et de vigueur pour continuer, dix-sept ans plus tard, à diffuser leurs messages.

* * *

Avons-nous besoin d'un médiateur (Omboudsmann) pour le sport suisse? Le journal *Sport* en met un à disposition de ceux qui en ressentent la nécessité. A cette fonction, M. Guido Schilling, nouveau directeur de la formation des maîtres de sport à l'EPF-Zurich.

CODE PÉNAL

La prison et après?

Le Tribunal du Val d'Hérens a condamné à deux ans d'emprisonnement ferme un jeune de dix-neuf ans qui, en compagnie d'un copain — tous deux participants à un cours de jeunes tireurs — avait mitraillé la gare de Saint-Pierre-de-Clages en août de l'an dernier. Un jeu stupide d'adolescents désœuvrés, mais aussi une femme grièvement blessée et beaucoup de frayeur ce soir-là dans la petite ville valaisanne.

Pas question donc de passer l'éponge. Mais que

dire d'un tel jugement? Sinon que le Code pénal est un outil grossier, incapable de remplir la fonction éducative qui est aussi la sienne; qu'il alimente les prisons plutôt qu'il dissuade les délinquants légers d'y retourner. Deux ans d'emprisonnement pour un jeune en cours d'apprentissage, est-ce le meilleur moyen de faire payer un égarement passager? N'y a-t-il pas d'autres solutions — notamment un service à la collectivité — pour signifier à un tel coupable qu'il a mal agi? Le procureur et le tribunal ont cru devoir protéger la société, mais ils ont peut-être fait couler un individu. Bien entendu ceux qui confient des armes de guerre à de jeunes mineurs sous prétexte d'une formation pré militaire n'ont pas été inquiétés.

J. D.