

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** 25 (1988)  
**Heft:** 930

**Rubrik:** Presse romande

### **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>**

# Les socialistes à la recherche de leurs électeurs

(jd) La concurrence est rude sur le marché électoral: les formations politiques toujours plus nombreuses se disputent un électorat amaigri par l'abstentionnisme et dont la fidélité partisane faiblit. Le parti socialiste en sait quelque chose. Aux dernières élections fédérales il a perdu 20% de ses suffrages et même 30% dans certains grands cantons. Si entre 1947 et 1963 il constituait encore la principale force politique du pays avec 26 à 27% des voix, son influence n'a cessé de décroître depuis 1967 et aujourd'hui il ne représente plus que 18,3% de l'électorat. A ce rythme on peut prévoir que la barre des 10% sera atteinte en l'an 2000; le PSS ne sera plus alors qu'une coalition arc-en-ciel de mouvements alternatifs réduite à une opposition pure et dure mais sans grande influence politique.

Si l'ambition du PSS est de rester ou de redevenir un grand parti populaire, l'analyse de la situation effectuée jusqu'à présent est trop fragmentaire: il ne suffit pas de faire le dos rond en prétextant une baisse de forme ou un contexte défavorable, de se consoler en misant sur l'amélioration de la qualité d'une fraction parlementaire réduite, de se délivrer un satisfecit programmatique et une mauvaise note de marketing pour que la tendance s'inverse.

Les socialistes, s'ils veulent renouer avec le succès et peser efficacement sur les décisions qui déterminent l'avenir du pays, seront conduits à s'interroger sur l'évolution sociologique de la population, sur les attentes et les besoins des individus.

On l'a dit et répété: le déclin du monde ouvrier interdit le retour à une politique socialiste traditionnelle, tel qu'il a été prôné par certains dirigeants syndicaux au lendemain des dernières élections. Cette impossibilité d'un retour en arrière ne signifie pas pour autant l'abandon de la défense de cette couche sociale. Si les préoccupations des nouveaux mouvements sociaux doivent trouver place dans la réflexion et dans l'action socialistes, elles ne peuvent prétendre à l'exclusivité. Quantitativement, les activistes de tous genres ne sont pas susceptibles de compenser le recul ouvrier. De plus, ces dernières années, le PSS a eu par trop tendance à monter dans tous les bateaux, sans esprit critique et sans faire l'effort d'intégrer ces nouvelles revendications dans une réflexion et une action d'ensemble.

Restent ces nouveaux salariés, la classe moyenne qui, du point de vue du reve-

nu, de la qualification et du style de vie, ne constituent pas un groupe social homogène, mais se caractérisent par une volonté d'autonomie dans le travail et les loisirs, l'absence d'une identification partisane stable et une orientation politique en fonction des problèmes spécifiques et des personnes.

Il ne s'agit pas de façonner un programme pour attirer à n'importe quel prix le plus grand nombre d'électeurs, mais bien de proposer un projet et une action qui rassemblent toutes celles et tous ceux qui aspirent à des réformes. Et, si l'on en croit les sondages Univox, ce potentiel existe: 60% des citoyennes et des citoyens expriment des préoccupations écologiques et, pour 70% d'entre eux, le travail ne doit pas seulement procurer des ressources, mais aussi une satisfaction personnelle.

Rudolf Strahm, dans l'ouvrage édité par le groupe «Perspectives» (*Sozialdemokratie 2088*), est convaincu qu'un redressement n'est pas tant affaire de programme et de marketing que de capacité à traduire les aspirations et de style politique. Lui aussi met l'accent sur la nécessité d'identifier les électeurs désireux de changements; il mise sur ces salariés de la santé et de l'éducation, de la production technique de pointe et des secteurs sensibles aux problèmes sociaux et écologiques. Encore faut-il éviter de les interpeller avec une rhétorique prolétarienne ou fondamentaliste. Et leur proposer un projet crédible. Ainsi en matière économique: maîtrise de l'innovation technologique, promotion des grands investissements dans le respect de l'environnement. Ainsi dans le domaine social: «débureaucratisation» de

l'Etat social et développement d'un réseau de solidarité face à la nouvelle pauvreté et aux exclus du monde du travail.

Pour Strahm, les socialistes donnent trop souvent l'image d'activistes sautant d'une cause à l'autre, sans souci de la continuité; ou alors de travailleurs de l'ombre, négociant dans les coulisses des compromis utiles mais dont personne ne voit le travail.

Le temps est à la concentration des énergies sur quelques problèmes centraux, à un travail d'écoute et d'explication. Ainsi peut-être le paysage politique se modifiera-t-il. ■

PRESSE ROMANDE

## Un nouveau multipack

(pi) Plusieurs nouveaux multipacks sont en vente dans les kiosques depuis samedi dernier. Le magazine «féminin» *Vous* (ex-*Bouquet*) est en effet désormais encarté dans *L'Express*, le *Journal du Jura*, *La Liberté* et *La Suisse*. Des articles superficiels, un ton résolument optimiste, des images rassurantes et beaucoup de remplissage rendent cet hebdomadaire carrément rasant.

Il serait d'ailleurs intéressant de connaître le pourcentage de ces suppléments «gratuits» qui est victime d'un passage immédiat de la boîte aux lettres à la pile des vieux journaux. Si aucune enquête n'existe — ou n'a été rendue publique — à ce sujet, les tarifs de publicité nous donnent quelques renseignements: une page en couleurs coûte moins cher dans *Télé Top Matin* (15'280 fr.) que dans *Illustré* (17'462 fr.) alors que le tirage du premier est de 214'405 exemplaires et celui du second de 131'292. La page en quadrichromie revient ainsi à 7 centimes par journal distribué dans *Télé Top Matin* et à 13 centimes dans *Illustré*. La preuve économique que le taux de lecture de ces suppléments est nettement plus bas que celui des autres périodiques.

Les chiffres sont tirés de *l'Abécédaire publicitaire 1987/88*, édité par Ringier. Ils peuvent avoir varié en cours d'année.