

Christelle Maire

# Afficher les étrangers



## Remerciements

L'édition de ce livre a bénéficié du soutien de la Commission des publications de la Faculté des lettres et sciences humaines de l'Université de Neuchâtel.

L'étape de la prépresse de cette publication a été soutenue par le Fonds national suisse de la recherche scientifique.



## Conception graphique et mise en page

Fanny Tinner, [chezfanny.ch](http://chezfanny.ch)

## Correction

Adeline Vanoverbeke

## Image de couverture

©Exem : « Non au seuil d'intolérance »

## Impression

La Vallée, Aoste



Ce texte est sous licence Creative Commons : elle vous oblige, si vous utilisez cet écrit, à en citer l'auteur-e, la source et l'éditeur original, sans modification du texte ou de l'extrait et sans utilisation commerciale.

© 2026 (2023), Éditions Antipodes  
École-de-Commerce 3, 1004 Lausanne, Suisse  
[www.antipodes.ch](http://www.antipodes.ch) – [editions@antipodes.ch](mailto:editions@antipodes.ch)  
DOI : 10.33056/ANTIPODES.12428  
Papier, ISBN : 978-2-88901-242-8  
PDF, ISBN : 978-2-88901-907-6

Christelle Maire

# Afficher les étrangers!

7

## Introduction

Discours textuels  
et discours visuels

Des Cultural  
aux Visual Studies

29

## 1. Images de la politique et politique de l'image

Communication,  
campagne et  
affiches politiques

Image et imagerie  
politique

Faire campagne

41

## 2. Identité et altérité dans les sciences sociales

L'image de l'autre

La construction  
des identités  
nationales

Le cas helvétique

59

## 3. Histoire de la politisation de la question étrangère en Suisse

L'Überfremdung :  
notion transversale  
des discours sur  
l'immigration

De la fin du XIX<sup>e</sup> siècle  
aux années 1960

Crise sociale et  
renouveau de  
l'« Ausländerproblem »

De la conjoncture  
à la culture : évolution  
de la menace

Les « années  
Schwarzenbach »

Radicalisation  
des discours et  
développement des  
contre-arguments

Devenir solidaires

La transition  
des années 1980

Des années 1990 à  
aujourd'hui : la lutte  
farouche pour le  
« alleingang » helvétique  
et la diffusion d'une  
xénophobie de masse

Une nouvelle  
esthétique  
du péril migratoire  
en Suisse

L'immigration  
comme menace  
économique  
et sociale

L'immigration comme  
menace criminelle

L'immigration  
comme menace pour  
la sécurité nationale

Création d'une  
rhétorique visuelle  
d'opposition  
à la migration

*We are the Other Half...*  
Les représentations  
visuelles positives des  
étrangers avant et  
après la votation du  
9 février 2014

# CHAPITRES

**Opposition  
aux représentations  
négatives de l'étranger :  
un rapide survol  
historique**

**Les étrangers  
s'impliquent  
publiquement  
dans le débat**

**L'électrochoc  
du 9 février 2014**

**La difficulté de contrer  
un discours anti-  
immigration fort  
et bien établi**

**193**

**Conclusion**

**La production sociale du  
péril migratoire**

**Une conjoncture  
doublement favorable**

**Les stéréotypes : figures  
imposées de la  
communication  
politique ?**

**204**

**Bibliographie**

**213**

**Table des  
illustrations**

**26**

**Cauchemars  
xénophobes**

Rosita Fibbi

**38**

**Représenter  
l'appartenance :  
l'identité visuelle  
des clubs  
« communautaires »**

Francesco Garufo

**56**

**Les Kosovars de  
Suisse en ligne  
de mire**

Bashkim Iseni

**FOCUS**



# Introduction



**A**u cours de ces trente dernières années, l'histoire politique de la Suisse a été marquée par une surprenante permanence des débats sur la place du pays dans le paysage international et la nature de son identité interne. Cette thématique s'est notamment clairement manifestée lors de la votation de 1986 sur l'adhésion de la Suisse à l'ONU, adhésion à l'époque refusée massivement par le peuple, avec plus de 75 % de vote en sa défaveur, et ayant entraîné la création de l'Association pour une Suisse indépendante et neutre (ASIN) par Otto Fischer, conseiller national membre du Parti radical-démocratique, et Christoph Blocher, conseiller national membre de l'Union démocratique du centre (UDC). Ce débat n'a, dès lors, jamais baissé, ni dans son intensité, ni dans sa fréquence d'occurrence. Depuis la fameuse votation de 1992 sur l'adhésion, également refusée, du pays à l'Espace économique européen (EEE), la Suisse n'a effectivement jamais cessé de remettre en question sa relation à l'extérieur, aux nations voisines et plus lointaines, son implication politique globale, la fonction et la manifestation de sa neutralité, tout en ne cessant de s'interroger sur la gestion interne de sa population.

Au niveau fédéral, cette constante remise en question s'est notamment manifestée par une série impressionnante d'initiatives populaires visant à limiter l'ouverture de la Suisse face à l'étranger. Depuis 1992, trois initiatives populaires, « Pour une politique d'asile raisonnable » (1996), « De la retenue en matière d'immigration ! » (1997) et pour une « Limitation de l'immigration en provenance d'États non membres de l'UE » (2004), ont été lancées par les Démocrates suisses<sup>1</sup>. Philipp Müller, président jusqu'en avril 2016 du Parti libéral-radical suisse (PLR), lance en 1994 l'initiative « Pour une réglementation de l'immigration » (2000) par le biais du Comité « für eine begrenzte Zuwanderung ». Du côté de l'Union démocratique du centre, ce ne sont pas moins de huit initiatives « Contre l'immigration clandestine » (1996), « Contre les abus dans le droit d'asile » (2002), « Pour des naturalisations démocratiques » (2008), « Contre la construction de minarets » (2009), « Pour le renvoi des étrangers criminels » (2010), « Contre l'immigration de masse » (2014), « Pour le renvoi effectif des étrangers criminels » (2016) et « Pour une immigration modérée (initiative de limitation) » (2020) qui ont été soumises au peuple. À cela s'ajoute l'initiative « Halte à la surpopulation – Oui à la préservation durable des ressources naturelles », lancée par l'association Écologie et population (Ecopop)<sup>2</sup>.

Si, parmi les trois initiatives des Démocrates suisses, aucune n'a abouti, les initiatives de l'UDC ont, quant à elles, connu meilleure fortune. Toutes ont, sans exception, pu être soumises au scrutin populaire; trois

des cinq plus récentes ont même été acceptées en votation par le peuple. Ce succès croissant des initiatives anti-étrangères a ainsi atteint son paroxysme le 9 février 2014, lorsque l'initiative « Contre l'immigration de masse » a été acceptée par 50,3 % des votants. Ce résultat historique marque la première acceptation populaire d'une initiative visant à réduire le taux de population étrangère dans le pays, une proposition qui avait, sous diverses déclinaisons, déjà fait l'objet de pas moins de dix initiatives populaires<sup>3</sup>, toutes non abouties ou refusées en votation.

Cet ouvrage vise donc à comprendre, par la porte d'entrée de la communication politique, les mécanismes qui ont participé à l'acceptation d'une telle initiative et le cheminement de la politisation de la question étrangère en Suisse depuis 1970. Ce cheminement de plus de 50 ans dans l'histoire iconographique et politique du pays sera l'occasion de revenir sur une facette méconnue de la Suisse, celle d'une nation insécurisée, défensive. L'imagerie de l'altérité est parfois d'une extrême violence, notamment sur le plan symbolique, et révèle effectivement l'image d'une Helvétie conflictuelle et virulente, très éloignée de la vision calme et consensuelle que l'on s'en fait d'habitude.

Pour parcourir notre chemin à travers les images qui témoignent de cette réalité, nous nous baserons principalement sur l'analyse des affiches politiques émises par les différents partis, associations, syndicats, comités d'action, etc. au cours des votations fédérales abordant la notion d'ouverture ou de fermeture des frontières au cours des cinquante dernières années. Afin d'étoffer cette analyse, nous aborderons également à titre illustratif les affiches émises dans le cadre d'échéances populaires plus anciennes ou de votations cantonales. Près de 400 affiches ont été répertoriées ; un peu plus de 100 images sont présentées dans le cadre de cet ouvrage. Celles-ci ont été choisies avant tout selon des critères qualitatifs (impact graphique de la production, exclusion des affiches ne présentant que des recommandations de vote, etc.), mais également en prenant en compte certains aspects quantitatifs, notamment quant à la représentativité des affiches (nombre des productions par positionnement pour ou contre l'objet soumis à votation, etc.).

Ce choix de l'affiche comme source primaire de compréhension d'un phénomène politique repose sur un nombre important de postulats théoriques ainsi que sur une observation scientifique et personnelle de l'évolution du paysage politique helvétique au cours de ces dernières années.

Certains scrutins populaires récents se sont effectivement caractérisés par une importance croissante de l'attention accordée à la forme de la communication politique. L'Union démocratique du centre (UDC), plus important parti politique du pays, a ainsi régulièrement fait la une de la presse grâce à

l'utilisation d'affiches particulièrement provocantes et capables de susciter de fortes émotions. Le parti s'est ainsi illustré à de nombreuses reprises par la force des images utilisées dans le cadre de ses campagnes. Un mouton noir en 2010, une femme vêtue d'une burqa et des corbeaux en 2009 (et à nouveau en 2021 pour la burqa), des mains de différentes couleurs s'abattant sur des passeports suisses en 2004 et 2008 ou un homme menaçant faisant irruption au centre du drapeau helvétique en 1999... autant d'images qui ont, au cours des vingt dernières années, marqué fortement l'opinion publique et trahissent la médiatisation grandissante d'une rhétorique controversée mettant en scène l'étranger. Nombre de votations, notamment sur la question migratoire, ont ainsi vu leurs débats s'axer non plus sur le contenu de l'objet soumis à la consultation populaire, mais sur sa mise en scène symbolique<sup>4</sup>.

Le succès de cette médiatisation de l'étranger comme menace, cette nouvelle forme d'esthétique du péril migratoire – nous y reviendrons plus loin –, se mesure non seulement à l'aune des succès électoraux de l'UDC en Suisse, mais également par la reprise de ces figures par un certain nombre de partis de l'extrême droite européenne. L'affiche (figure 1, p. 12) du mouton noir expulsé du territoire national par trois moutons blancs a ainsi été réutilisée par le Nationaldemokratische Partei Deutschlands (NPD) (figure 2, p. 12), le Partido Nacional Renovador au Portugal (figure 3, p. 12) en 2008, le Vlaams Belang en Belgique en 2011 (figure 4, p. 12) et Democracia Nacional en Espagne. L'affiche contre la construction de minarets (figure 5, p. 13) a, quant à elle, créé des émules au sein du British National Party, du Front national (France) (figure 6, p. 13), du Nationaldemokratische Partei Deutschlands (NPD) et du Freiheitliche Partei Österreichs (figure 7, p. 13); bref, un réel succès à l'échelle des extrémismes européens.

Ces différentes affiches ayant fortement marqué les esprits et choqué une partie de l'opinion publique ont suscité de nombreuses réactions émotionnelles et provoqué un débat sur les limites et les règles de la communication politique en Suisse. Ce débat, intense depuis une quinzaine d'années, a atteint un nouveau niveau en 2009, lorsque les autorités politiques de plusieurs villes du pays ont pris position à l'égard des affiches émises par l'UDC dans le cadre de sa campagne pour l'interdiction des minarets. Bâle, Lausanne et Yverdon-les-Bains ont ainsi décidé d'interdire cette affiche dans leurs rues, alors que Genève s'est, par exemple, publiquement opposée à une telle interdiction.

Malgré l'intensité et la multitude des discussions sur ce sujet, l'on oublie parfois que le parti n'est pas le premier à avoir fait le choix de communiquer ses opinions sur le mode de la provocation. L'esthétique et la forme de ces



Figure 1 – Pour plus de sécurité.  
(Goal AG Werbung, 2007).



Figure 2 – Sozial geht nur national!  
(Inconnu, 2008).  
(Droits réservés)



▲ Figure 3  
Imigração?  
Nós dizemos não!  
(Inconnu, 2008).  
(Droits réservés)



◀ Figure 4  
Congres Nederland,  
Denemarken,  
Zwitserland,  
Italië... Kordaat  
immigratie-beleif werkt!  
10 april 2011 14.30  
uur Zuiderkroon  
Antwerpen  
(Inconnu, 2011).  
(Droits réservés)



◀ Figure 5  
Stopp Ja zum Minarett-verbot  
(Goal AG Werbung, 2009).

▼ Figure 7  
Fremd 2041 leben in Linz mehr  
Zuwanderer als Einheimische  
(Inconnu 2014). (Droits réservés)



Figure 6 – Non à l'islamisme. La jeunesse avec Le Pen  
(Inconnu, 2010). (Droits réservés)



affiches s'inscrivent dans une tradition picturale et culturelle, vieille de plus d'un siècle, qu'il s'agit ici de déconstruire et d'analyser. Ce travail se propose ainsi de parcourir le chemin de la construction et de la déconstruction de ces représentations de l'altérité et de comprendre comment celles-ci se forment et se déforment au cours du temps, comment les différentes formations politiques s'affrontent autour de celles-ci et ce que ces images nous disent de leur représentation de l'identité nationale du pays; comment celles-ci contribuent, en quelque sorte, à la création de notre univers de référence et témoignent de l'ambivalence avec laquelle les différents partis envisagent le futur de la nation et définissent les périls qui menacent cet avenir idéalisé.

Le cadre helvétique constitue, de plus, un terrain parfait pour une telle analyse, puisque son système politique engendre un nombre très important d'échéances populaires. La démocratie directe invite effectivement le citoyen à se prononcer, deux à quatre fois par année, sur une série d'objets abordant des thématiques très diversifiées; chacun de ces scrutins étant pour les partis une occasion de se confronter rhétoriquement sur les murs des cités. Le peuple s'est ainsi prononcé sur près d'une centaine d'objets soumis à votation au niveau fédéral au cours de chacune des trois dernières décennies.

Ces chiffres traduisent une inflation impressionnante de l'utilisation des droits populaires et un changement majeur dans la manière dont les organisations partisans envisagent leur participation à la vie politique. Avant les années 1970, aucune décennie n'avait compté plus de 40 objets soumis en votation au niveau fédéral. D'une stratégie politique focalisée sur les échéances importantes (votations, élections), faite de temps d'intense mobilisation puis de phases de répit, le mode de fonctionnement de l'action politicienne a évolué vers une nouvelle forme d'implication: la campagne politique permanente. Sollicitant constamment l'attention du public, les partis se doivent ainsi d'occuper le plus régulièrement possible l'espace public et de saturer celui-ci par leur présence médiatique. Le recours massif aux droits populaires s'avère dès lors un instrument extrêmement efficace pour qui souhaite mettre ses préoccupations et revendications à l'agenda.

Cet ouvrage vise ainsi à explorer les images du discours sur l'immigration au cours des cinquante dernières années et la manière dont celles-ci contribuent à modeler la manière dont nous envisageons le monde qui nous entoure et notre relation à l'Autre<sup>5</sup>. L'idée est avant tout de s'interroger sur ce que ces représentations visuelles nous enseignent au sujet des débats actuels et la manière dont les acteurs politiques contribuent à modeler nos conceptions en matière d'identité et d'altérité. Il s'agit, par là même, d'analyser la communication visuelle par l'affiche des partis, syndicats et autres organisations

partisanes et de mettre à jour les idées, valeurs, normes, sentiments d'appartenance, principes d'exclusion, etc. qu'elles transmettent, bref, de déceler comment les messages politiques et les idéologies sont mis en image<sup>6</sup>.

Nous nous focaliserons principalement sur les images qui contribuent à la marginalisation de certains groupes ethniques ou nationaux ou, au contraire, à leur inclusion dans l'imaginaire collectif national. Nous opérerons ainsi selon une volonté de traiter globalement des discours sur l'immigration de manière à cerner toutes les facettes de cette dimension, qu'elles soient positives ou négatives. Nous nous pencherons donc sur les représentations visuelles de tout organisme politique, indépendamment de son orientation idéologique, ayant fait le choix de communiquer par le biais de l'affiche sur la thématique des étrangers en Suisse. Il s'agira, par ce biais, de dresser un portrait aussi exhaustif que possible des symboliques et stéréotypes présents au cœur du paysage politique suisse des cinquante dernières années. Nous parcourrons ainsi un domaine très controversé de la représentation, celui de la différence et de l'altérité, et chercherons à percer ses figures les plus marquantes<sup>7</sup>. Nous tenterons également, par cet inventaire, de cerner comment la production symbolique de ces images contribue à modeler la manière dont les citoyens appréhendent les questions politiques actuelles, comment elle contribue à orienter et à façonner notre environnement social. Il s'agit, en somme, d'examiner la manière dont les organismes politiques mobilisent des formes spécifiques de la visualité pour « voir et ordonner le monde » et mettre en image les différences sociales qu'ils perçoivent<sup>8</sup>.

Nous plaçons ainsi la relation entre les productions iconographiques et la politique comme d'une importance centrale dans l'analyse sociologique<sup>9</sup> et nous fondons sur la nécessité de comprendre les images que ces relations sociales produisent et par quelles formes de visualité elles sont, elles-mêmes, reproduites. Notre approche visera essentiellement à identifier les stratégies argumentatives mises en place par les acteurs politiques pour établir leurs catégories d'exclusion et d'inclusion sociale<sup>10</sup> et, plus précisément dans le contexte qui nous intéresse, d'appartenance et de non-appartenance à la nation. Il s'agira également de repérer la manière dont ils légitiment ces conceptions, ainsi que de comprendre comment ces représentations peuvent participer à dessiner nos pratiques et nos idéaux démocratiques<sup>11</sup>.

En parallèle, nous tenterons également de mettre en lumière les succès récents des initiatives anti-immigration et de les mettre en lien avec la médiatisation grandissante de la politique ainsi que l'appauvrissement idéologique de la communication politique.

Ces deux buts transversaux visent à retracer, de manière aussi complète que possible, l'évolution artistique, esthétique, politique et historique de

la construction et de la déconstruction de la représentation de l'étranger en Suisse.

L'objectif principal, et transversal, de cet ouvrage est de comprendre comment les différentes organisations politiques (partis, syndicats, comités ponctuels) instrumentalisent la question identitaire et étrangère dans leur communication par l'affiche. Nous souhaitons découvrir comment celles-ci alimentent ou, en contrepartie, se nourrissent de l'imagerie nationaliste. Notre but est de comprendre de quelle manière la politisation de la thématique identitaire influe sur les perceptions et les représentations sociales liées à cette problématique. Notre démarche vise, en quelque sorte, à illustrer la construction de l'identité visuelle de l'Autre dans le milieu politique.

L'analyse de ces productions iconographiques vise donc à comprendre les discours politiques sur les étrangers en Suisse, la genèse de ces représentations, la résonance de certaines figures mythiques et l'éventail de leurs interprétations au cours du temps. Notre but est ici de démontrer que la propagande visuelle contribue à modeler les mentalités, les conceptions et l'univers des citoyens suisses, et est, en retour, elle-même façonnée par les croyances et attitudes populaires<sup>12</sup>.

De par notre ancrage méthodologique au sein de la perspective *Pictorial Turn* et la thématique de notre travail, nous nous focalisons sur une approche nécessairement pluridisciplinaire, se situant à la croisée de disciplines telles que l'histoire culturelle et sociale, la sociologie, l'anthropologie, les sciences politiques, la sémiologie ou l'histoire de l'art. L'intérêt de cette interdisciplinarité est évident et a été souligné par de nombreux auteurs, notamment Carr qui, dès les années 1950-60, encourage le mariage entre les différentes approches des sciences humaines et sociales. Il estime ainsi que plus l'histoire devient sociologique et la sociologie devient historique, plus chacune de ces disciplines se trouve renforcée par les apports de l'autre. Dans sa contribution à l'analyse de la propagande nazie, Gunthert insiste, quant à lui, sur la nécessité d'«encourager le mariage de l'histoire politique et de l'histoire des formes visuelles et de dépasser les clivages disciplinaires traditionnels au profit d'une approche globale»<sup>13</sup>. C'est bien ici notre projet.

Chacun de ces éléments théoriques ou méthodologiques est ainsi constitutif d'un patchwork de réflexions qui aboutit à la définition de notre manière d'appréhender la construction de l'identité picturale de l'étranger dans l'affiche politique.

La notion de construction de la réalité sociale s'avère également cruciale dans notre analyse de la communication politique. Elle puise principalement sa source dans les ouvrages de Berger et Luckmann<sup>14</sup>, ainsi que de Véron<sup>15</sup>, dont

les théories reposent sur l'idée principale que la réalité sociale est construite par les discours, qui sont, en retour, alimentés par le contexte idéologique, social, politique et culturel dans lequel ils sont communiqués.

Toute représentation est ainsi inévitablement, et de manière inhérente, une construction, un portrait particulier et sélectif de certains éléments de la réalité, qui génère obligatoirement des significations particulières et en exclut, automatiquement, d'autres<sup>16</sup>. Les images, plus particulièrement, ne représentent effectivement jamais la vérité, mais fabriquent et mettent en scène leur propre vision de la « vérité »<sup>17</sup>. Nombre d'auteurs s'accordent ainsi sur le fait que le visuel est un élément fondamental de la construction culturelle de la réalité sociale dans les sociétés contemporaines.

Les conceptions symboliques sont ainsi créées et véhiculées au sein d'objets médiatiques et culturels multiples tels que les films, les séries télévisées, la musique, la peinture, la littérature, la publicité, etc., ainsi que, bien sûr, par le biais de l'affiche, qu'elle soit de nature culturelle, politique ou commerciale. Ces différentes formes de communication soutiennent la création de représentations qui structurent la manière dont on appréhende notre univers sociétal et dont on se comporte dans notre vie quotidienne<sup>18</sup>. Les représentations collectives sont ainsi des faits sociaux et « elles forment la réalité sociale de la même façon que les faits physiques forment la réalité physique »<sup>19</sup>. Tout l'éventail de nos images, langues, symboles, mythes et autres formes conceptuelles discursives découle ainsi directement des structures sociales mises en place par l'organe détenteur du pouvoir politique et médiatique.

Ce constat peut ainsi être enrichi par la perspective psychosociale développée par Markovà, qui estime que la réalité sociale et les faits sociaux (représentations collectives, langage, morale, mythes, etc.) qui la composent sont avant tout dotés d'un rôle institutionnel et coercitif. Par là même, « la société exerce des pressions sur les individus par des normes et des systèmes de critères appliqués aux intentions et aux actes »<sup>20</sup>.

Nous considérons que les médias fonctionnent ainsi comme « fabrique collective » et amplificateurs des représentations collectives qui, « même lorsqu'elles sont assez éloignées de la réalité, perdurent malgré les démentis et les rectifications [...], parce que cette interprétation ne fait bien souvent que renforcer les interprétations spontanées et mobilise donc d'abord les préjugés et tend, par là, à les redoubler »<sup>21</sup>. L'affiche est ainsi insérée dans des pratiques sociales et historiques que, d'une certaine manière, elle renforce<sup>22</sup>.

Nous tenons effectivement souvent la majorité de ces représentations pour garanties et ne les remettons que très rarement en cause. Elles fonctionnent ainsi en arrière-plan de toute notre vie sociale, mais elles façonnent

aussi notre imaginaire individuel et collectif dans une large mesure<sup>23</sup>. Dans le cadre des discours politiques, ce phénomène se caractérise principalement par l'influence des traditions orales et écrites, des films, de la peinture et de toutes autres formes d'œuvres culturelles, qu'elles soient populaires ou élitistes, sur le façonnement des idées et actions politiques et notre compréhension de celles-ci. Des figures rhétoriques et des récits tels que l'opposition entre les héros et les méchants, la volonté de construire une société meilleure, de lutter contre les menaces qui planent sur le bien-être des citoyens d'un pays, les formes d'actions qui permettraient, ou non, d'accomplir les buts poursuivis, etc. sont autant d'éléments qui constituent la base de nombreux discours politiques et puisent leur source dans les productions culturelles. Le domaine artistique exerce ainsi une influence extrêmement forte dans la délimitation des conceptions et représentations du politique<sup>24</sup>. Ce phénomène se traduit notamment dans le concept de « culture visuelle », notion fondamentale des théories inspirées par les *Visual Studies*.

## Discours textuels et discours visuels

En écho à Benedict Anderson, nous partons effectivement du principe que les nations sont des constructions mentales, des « *imagined communities* » qui tendent à percevoir les sujets politiques nationalisés comme des entités politiques distinctes<sup>25</sup>. Les identités nationales sont ainsi également comprises comme des formes spécifiques d'identité sociale qui sont constamment produites, reproduites, transformées ou démantelées par le biais des pratiques discursives.

Différentes relations de pouvoir sont ainsi susceptibles de s'instaurer par le biais des discours, puisque les acteurs sociaux y constituent et y assignent diverses situations et rôles sociaux et que les identités et catégorisations de tous genres y sont également définies. Les actes discursifs sont, par conséquent, perçus comme des éléments constitutifs du monde social, puisqu'ils jouent un rôle essentiel dans la genèse, la production et la construction de certaines conditions et conditionnements sociaux.

Le racisme est, selon ce point de vue, par exemple, perçu comme une pratique sociale et une idéologie qui se manifeste discursivement. D'un côté, les opinions et croyances racistes sont produites et reproduites au sein du discours; de l'autre, les pratiques discriminatoires et exclusives sont elles-mêmes mises en place et légitimées par les discours<sup>26</sup>. Mais, tout en gardant à l'esprit la notion de co-construction, il ne faut cependant pas oublier que les discours ne sont pas à sens unique et qu'ils sont également à même de délégitimer et argumenter

en défaveur de ces éléments discursifs par le biais du développement d'une rhétorique antiraciste par exemple.

Dans le cadre de notre travail, nous emprunterons aussi certains éléments de la sémiologie visuelle, telle qu'elle a été définie par Barthes dans sa fameuse « Rhétorique de l'image ». Dans le cadre de notre travail, ce recours à l'approche sémiologique se limite cependant presque exclusivement à l'utilisation de ses outils de décodage de l'image, outils qui seront également complétés par la démarche d'interprétation de Guillemin et du groupe de recherche<sup>27</sup>. Ce processus d'interprétation s'applique effectivement parfaitement à notre démarche qui vise à comprendre comment les affiches politiques contribuent à produire un imaginaire collectif sur la thématique migratoire.

Cette méthode d'analyse de l'image constitue ainsi un point de départ important dans notre démarche, notamment parce qu'elle étudie tous les processus culturels en tant que processus de communication et qu'elle estime que, « sous chacun des processus de communication, il existe des règles ou des codes qui reposent sur une certaine convention culturelle »<sup>28</sup>. La sémiologie se fonde effectivement sur l'idée que tout message, tout objet de communication est subordonné, influencé par des codes sous-jacents et des conventions culturelles ou idéologiques qui viennent façonner, modeler ledit message.

Elle établit également, en se basant notamment sur la notion essentielle de polysémie, que plus un message est « ouvert » à différentes interprétations, plus « le choix des codes et des sous-codes est influencé, non seulement par les circonstances de la communication, mais [aussi] par les prédispositions idéologiques du destinataire ». Ce constat nous semble particulièrement important dans le cadre de la propagande politique, dont le but principal est, selon la sémiologie, l'acte persuasif (donc de persuader un individu de changer, ou renforcer, son cadre idéologique).

Cette construction de représentations, de signes à visée persuasive dans le contexte de la communication politique, se manifeste notamment fortement dans le cadre de la thématique de l'altérité. La sémiologie définit, nous l'avons déjà dit, le langage et tout autre acte de communication verbale ou non verbale comme un système construit de signes. Selon De Saussure, chacun de ces signes est partie prenante de ce système et est ainsi défini en fonction de sa relation aux autres membres du système.

Comme le souligne Orgad<sup>29</sup>, l'aspect de la représentation de l'altérité est de plus en plus présent dans les sociétés contemporaines, notamment par le biais des représentations médiatiques. Nous sommes ainsi toujours plus fréquemment confrontés à des représentations et figurations de l'étranger, lequel est défini dans de nombreuses images, textes, etc. L'existence sémiotique de

cette figure de l'Autre se construit, par là même, constamment en référence à notre représentation du « nous ». Le langage, et plus particulièrement encore le langage visuel, fonctionne de manière récurrente sur la construction et la définition d'oppositions symboliques entre le « nous » et le « eux », l'« ici » et l'« ailleurs », le « bon » et le « mauvais », l'« étranger » et le « natif », etc. Ces différentes représentations puisent toutes leurs sources au sein du répertoire culturel d'une société donnée, de ses symboles, de son histoire et de ses mythes, codes et conventions, et sont, en retour, nourries par ceux-ci. La définition de chacun de ces signes se construit donc toujours en référence à son univers global de signification, en opposition à d'autres signes constitutifs de son monde de référence symbolique. Les modes sémiotiques sont ainsi modelés tant par les potentialités et les caractéristiques du médium en lui-même que par les critères, histoires et valeurs d'une société et sa culture particulière. La vérité n'est, en ce sens, qu'une construction, et cette vérité se voit donc définie au sein d'un groupe social particulier en fonction des valeurs et des croyances de ce groupe<sup>30</sup>.

Le concept de polysémie estime qu'une même représentation peut parfois engendrer des significations très différentes, voire contradictoires<sup>31</sup>. L'imaginaire construit autour de la symbolique de l'étranger en est un exemple parlant, et nous reviendrons plus en détail sur l'universalisme de certaines figures de l'altérité dans la suite de ce travail.

## **Des Cultural aux Visual Studies**

Stuart Hall pose un postulat essentiel lorsqu'il déclare que les langages ne sont rien d'autre que des systèmes de représentations<sup>32</sup>. Il définit donc le langage comme les moyens par lesquels une société ou un certain groupe de personnes se réfère ou construit sa connaissance sur un sujet donné, un faisceau (ou une formation) d'idées, d'images et de pratiques qui offre aux individus une manière de parler, de former une connaissance et d'adopter une certaine conduite en lien avec une thématique particulière, une activité sociale ou un site institutionnel de la société.

Les *Cultural Studies* s'intéressent donc aux œuvres, symboles, langages et rituels littéraires et artistiques, qu'elles considèrent comme des produits et artefacts constamment renégociés par les acteurs sociaux et individuels. Les symboles qui y sont présentés sont ainsi perpétuellement remis en question, compris ou au contraire incompris, transformés et interprétés<sup>33</sup>.

Les *Visual Studies* cherchent à comprendre la manière dont les sociétés construisent leurs perspectives visuelles et partent du principe que chacune de ces images est construite dans le cadre de dynamiques telles que le pouvoir

social et les idéologies. Selon cette approche, l'idéologie influe fortement sur les représentations sociales, représentations qui sont, entre autres, constituées par les productions médiatiques et, tout particulièrement, les images. Les images et le langage viennent ainsi créer du sens au sujet du monde qui nous entoure. Chacun de ces artefacts construit des symboliques particulières et fonctionne selon son propre système de représentations. En tant que spectateurs, nous sommes amenés à intérioriser ces règles et conventions par le biais de la culture dans laquelle nous évoluons. De ce constat, il découle pour les *Visual Studies* une volonté marquée d'appréhender la manière dont certaines institutions politiques, économiques, culturelles ou sociales mobilisent des formes spécifiques de la visualité pour voir et ordonner le monde. Elles ont notamment pour but fondamental d'interroger « les rapports de l'image et du pouvoir, fréquemment associés aux méfaits du capitalisme, de l'impérialisme, du colonialisme, du sexisme ou du racisme »<sup>34</sup>.

La notion essentielle de *visual culture*, ou culture visuelle, est ainsi au centre de cette approche. Ce concept<sup>35</sup> peut être défini, de manière très large, comme l'ensemble des choses qui peuvent être vues, qui sont produites pour être vues, et la manière dont celles-ci sont regardées et comprises. Il s'agit, en fait, d'un éventail extrêmement vaste d'éléments culturels qui recourent à la communication par le biais des moyens visuels.

Cette définition très large de la culture visuelle comprend notamment des domaines tels que la peinture, la sculpture, les installations, la vidéo, la photographie, la télévision, internet, les applications sur smartphones, la mode, l'imagerie médicale et scientifique ou encore l'architecture et l'urbanisme, etc.

Les *Visual Studies* estiment effectivement que notre expérience du monde est de plus en plus nourrie par le visuel et est également plus « visualisée », c'est-à-dire mise en image et transmise par celle-ci. Dans cette ère de l'écran et de la représentation, le point de vue est crucial et, pour une majorité de gens, la vie sociale se trouve constamment médiatisée, notamment au travers de la télévision, des films, d'internet ou des réseaux sociaux. Nicholas Mirzoeff<sup>36</sup> va même plus loin dans cette approche globale de la culture visuelle, lorsqu'il estime que celle-ci n'est pas simplement une partie de notre vie quotidienne, mais qu'elle constitue purement et simplement notre vie quotidienne.

Les *Visuals Studies* correspondent à l'émergence d'un nouveau paradigme qui vise à analyser toutes les formes de la culture visuelle comme parties d'un système cross-médiatique. Elles partent donc du principe, comme nous l'avons déjà mentionné plus haut, qu'une forme rhétorique ou un symbole particulier peut « migrer » d'un canal médiatique à un autre et peut ainsi être réinterprété et diffusé à l'infini sous des formes multiples et dans le cadre de

pratiques discursives extrêmement diversifiées. Elles considèrent ainsi l'image visuelle comme une forme non stable de la communication, qui se réinvente continuellement, en évolution permanente, et est notamment influencée par la réalité extérieure qui l'entoure et les moments particuliers qui la composent. Une même image peut ainsi être mise au service d'une multitude de buts et de desseins, apparaître dans différentes constellations et avoir une signification différente en fonction du regard de la personne qui y est exposée. Notre décodage d'une image peut ainsi évoluer en fonction du contexte sociohistorique dans lequel elle est présentée, des références culturelles auxquelles nous accordons plus ou moins d'importance, de notre univers social et de nos préjugés et stéréotypes.

L'un des autres principes fondamentaux que nous souhaitons retenir dans le cadre de notre travail est que, dans toutes les formes médiatiques de la culture visuelle, la forme de la représentation et le public à laquelle celle-ci s'adresse évoluent, inévitablement, dans une relation de pouvoir. Les images et les artefacts culturels sont ainsi créés pour être diffusés et vus dans un contexte particulier. Cela signifie qu'ils n'ont nullement à être compris comme des éléments naturels, mais comme des objets construits culturellement et socialement. La culture visuelle se concentre donc sur le visuel en tant que lieu où les significations et les identités sont créées et contestées. Dans cette perspective, elle poursuit donc par exemple une démarche d'analyse et de remise en question de la pertinence de concepts tels que ceux de l'identité de genre, de classe ou de race.

L'une des tâches cruciales des *Visual Studies* est également de déterminer quels sont les effets sociaux de ces différentes visions. En défendant la thèse selon laquelle les représentations ne sont jamais de simples illustrations, mais le lieu d'une construction et d'une mise en scène de la différence sociale, les *Visuals Studies* exploitent ainsi l'idée que les différences sociales ne sont pas naturelles, mais construites. Ces constructions peuvent bien évidemment prendre des formes visuelles et nous l'illustrerons notamment par le biais des affiches qui seront décryptées plus loin.

Différentes recherches portant sur la question des figures de la femme ou des individus à la peau noire ont ainsi, par exemple, démontré qu'il est essentiel, pour comprendre une visualisation, d'explorer le lieu de sa provenance (donc de contextualiser son émergence d'un point de vue historique et social) et le travail social qu'elle engendre. Il faut ainsi notamment absolument identifier et tenir compte des principes d'inclusion et d'exclusion sur lesquels elle fonctionne, détecter les rôles qu'elle attribue aux différents individus et met en scène, la manière dont ceux-ci sont distribués, ainsi que les hiérarchies,

catégorisations et différences qu'elle tend à considérer comme légitimes et à faire passer comme naturelles.

Le fait de travailler sur la notion de culture visuelle implique donc inévitablement que l'on ne s'intéresse pas seulement à ce à quoi ressemble une image et à en donner une simple description factuelle, mais aussi, et surtout, à comprendre la manière dont elle appréhende, met en scène et contribue à modeler le monde qui nous entoure et nos représentations au sujet de celle-ci.

En résumé, les images jouent aujourd'hui un rôle de plus en plus important dans la construction de la réalité sociale. Selon W.J.T. Mitchell, «l'image doit être abordée en ce qu'elle participe de l'intégralité de la sphère sociale, [...] elle empreint toute discipline [...] et toute politique, de l'*image-making* des politiciens à leurs discours – de la «fabrication d'une certaine image» à «l'art de faire croire à la réalité de cette image», disait Hannah Arendt»<sup>37</sup>. On suppose ainsi que les idéologies sont, entre autres, l'objet et le résultat d'une construction visuelle.

L'on touche ici à un point essentiel; considérant que la politisation de la question étrangère est, par le biais de l'affiche notamment, l'objet d'un jeu constant de représentations, nous partons du principe que la mise en image implique la construction d'un schème de symboles particuliers et que ces symboles ne reflètent en aucun cas une réalité objective, mais des facettes d'une compréhension subjective de la réalité sociale.

Tout le défi de la communication politique est ainsi de convaincre les votants que ces représentations symboliques ne sont pas partiales, mais constituent un portrait fidèle de l'objet politique abordé. Lorsqu'un organisme politique prend, par exemple, le parti de communiquer sur la menace que constituent les étrangers pour le pays, il se doit de convaincre les citoyens que cette menace est réelle, que les figures mises en place ne sont pas le produit de fantasmes, mais bien d'un état de fait. À l'inverse, si un acteur politique veut souligner l'apport des étrangers à une société donnée, il se devra, lui aussi, de convaincre les votants que sa mise en scène symbolique constitue le reflet d'une réalité tangible et non l'objet d'une vision idéalisée de la société. Les combats politiques se mènent ainsi avant tout sur le champ symbolique.

Dans son ouvrage *Seeing through Race*, Mitchell utilise, entre autres, cette approche pour analyser la création de nouvelles constellations dans les identités raciales traditionnelles, et définit leur apparition comme symptomatique de nouvelles dynamiques de «racialisation» fondées non seulement sur des signes visibles tels que la couleur de peau, mais également sur la reconfiguration des relations de parenté, du statut de citoyenneté et des lieux géographiques.

L'iconographie politique, tant comme phénomène historique que comme outil méthodologique, est un moyen d'appréhender et de comprendre les interdépendances complexes du visuel et du monde moderne et postmoderne<sup>38</sup>. Dans cette perspective, il est fondamental de rappeler que la communication politique visuelle constitue un phénomène historique et culturel et qu'elle ne peut être comprise que comme tel<sup>39</sup>.

En écho à la perspective de la construction de la réalité sociale, l'iconographie politique estime que la réalité de l'expérience est auto-interprétative: les gens expriment effectivement leurs opinions par le biais de symboles divers et variés, symboles qui deviennent à leur tour une clé pour comprendre les opinions exprimées<sup>40</sup>. Pour aller plus loin dans cette démarche, les images peuvent ainsi être envisagées comme des sources des processus et structures politiques [...] donnant accès à une compréhension qualitative des motifs de reproduction et de communication au sein des sphères politique et culturelle<sup>41</sup>. Cette position souligne ici l'attrait des affiches politiques pour comprendre les structures des discours actuels et plus anciens sur l'immigration. Elles constituent effectivement une source très précieuse pour accéder aux représentations et aux traces laissées par celles-ci, sont un reflet des symboles et des concepts associés aux définitions culturelles de l'identité et de l'altérité développées à travers elles et sont certainement la meilleure source d'information pour traiter de ces phénomènes.

Loin d'être des images vides de sens ou dont la signification est parfaitement explicite, les images politiques – peu importe la qualité de leur esthétique souvent médiocre, mais parfois aussi étonnamment riche, notamment lorsque des artistes reconnus en sont les auteurs – sont des œuvres qui méritent que nous leur accordions toute l'attention nécessaire. Elles doivent être approchées comme tout autre type de production visuelle et leur analyse doit être réalisée de manière aussi méticuleuse que celle d'un chef-d'œuvre de la Renaissance.

Cette considération va de pair avec une prise de conscience de différents chercheurs en sciences sociales, notamment Edelman qui, en 1985, fut l'un des premiers à argumenter sur l'importance de la dimension symbolique de l'action politique<sup>42</sup>. Cette dimension symbolique s'avère d'autant plus importante dans le contexte contemporain, puisque les images constituent une part de plus en plus importante de la communication politique. Hofmann parle ainsi effectivement d'un changement fondamental dans la culture politique, passée d'une vision « logocentriste » à une compréhension « iconocentriste »<sup>43</sup>, c'est-à-dire d'une focalisation non plus sur les logos des partis, mais bien sur (les) l'image(s) qu'ils véhiculent. ●

## Notes

- 1 Les Démocrates suisses sont issus de la fusion, en 1990, de l'Action nationale et du Parti républicain, deux acteurs historiques de la politique de limitation de l'immigration.
- 2 Association écologiste luttant pour la diminution de l'immigration « afin de préserver les ressources naturelles » du pays.
- 3 « Contre la pénétration étrangère » (1968), « Contre l'emprise étrangère » (1970), « Contre l'emprise étrangère et le surpeuplement de la Suisse » (1974), « Pour la protection de la Suisse » et « Pour une limitation du nombre annuel des naturalisations » (1977), « Pour la limitation de l'immigration » (1988), « Contre l'immigration massive d'étrangers et de requérants d'asile » (1991), « De la retenue en matière d'immigration ! » (1997), et « Pour une réglementation de l'immigration » (2000).
- 4 Maire, 2013.
- 5 Dans une perspective identique, voir aussi Orgad.
- 6 Bonnell, 1999; Hunt et Biersack, 1989.
- 7 Hall et Koivisto, 2004.
- 8 Rose, 2003.
- 9 Bowler, 1991.
- 10 Seidel, 1984.
- 11 Berezin, 1997.
- 12 Bonnell, 1999.
- 13 Gunthert, 2001, p. 62.
- 14 Berger et Luckmann, [1966] 1986.
- 15 Véron, 1988.
- 16 Orgad, 2012.
- 17 Flacke and Museum, 2004.
- 18 Rose, 2003.
- 19 Marková, 2007, p. 182.
- 20 Marková, *ibid.*, p. 184.
- 21 Champagne, 1991, p. 65.
- 22 Ramognino, *ibid.* p. 321.
- 23 Orgad, 2012.
- 24 Edelman, 1995.
- 25 Wodak, 1999.
- 26 Reisigl et Wodak, 2001.
- 27 Luciole, 1991.
- 28 Eco et Esposito-Torrigiani 1972, pp. 13 et 30.
- 29 Orgad, 2012.
- 30 Kress et van Leeuwen, 2006.
- 31 Orgad, 2012, p. 33.
- 32 Hall, 1997a.
- 33 Schwellling, 2004, p. 13.
- 34 Brunet, 2005.
- 35 Dont les bases théoriques puisent leurs sources dans les travaux de Roland Barthes, Walter Benjamin, Michel Foucault et Jacques Lacan.
- 36 Mirzoeff, 1999.
- 37 Mitchell 2009, p. 224.
- 38 Fleckner, Warnke, et Ziegler, 2011.
- 39 Hofmann, 2004, p. 316.
- 40 Schwellling, 2004, p. 17.
- 41 Müller, 2004, p. 335.
- 42 Berezin, 1997.
- 43 Hofmann, 2004, p. 309.

## Cauchemars xénophobes

« Le cauchemar xénophobe nuit à la santé! » est l’affiche de 2009 produite par Stopexclusion, à Genève. La Coordination contre l’exclusion et la xénophobie, regroupant une quarantaine d’associations, partis, syndicats, Églises et autres organisations, s’était constituée en novembre 2005 pour s’opposer aux lois restrictives sur l’asile (LAsi) et sur les étrangers (LEtr) en discussion aux Chambres fédérales. Les textes portent la marque de l’UDC, devenu le premier parti du pays en 1999, et de son leader charismatique devenu conseiller fédéral en 2003. Depuis lors, elle fédère les milieux de défense des droits des étrangers.

Dans les années 2000, l’UDC vole de succès en succès: le rejet de la loi ouvrant un accès plus aisé à la naturalisation des descendants de migrants en 2004 et l’acceptation populaire de son initiative sur le « renvoi des étrangers criminels » en juillet 2007 se traduisent dans un score jusque-là inégalé de 29 % des votes aux élections du Conseil national en octobre 2007. C’est dans ce contexte de montée fulgurante du parti que le Comité d’Egerkingen, composé essentiellement de personnalités membres de l’UDC, lance son initiative populaire « Contre la construction de minarets », censée combattre la prétendue islamisation de la Suisse, version actualisée de la menace de l’enjuivement du pays, qui avait agité les années 30.

Les étapes de la montée en puissance du parti sont marquées par des affiches illustrant les menaces qui mettent prétendument en péril le pays. Celle de 2004 annonce la couleur ou, mieux, la thématization de l’altérité par la couleur: elle montre des mains, toutes plus ou moins basanées, avides de s’emparer du passeport suisse. L’affiche de 2007 franchit le pas de l’allusion raciale, en surfant sur la métaphore du mouton noir. Celle de 2009 montre une femme en burqa sur fond de drapeau suisse transpercé par des minarets à la forme menaçante de missiles, suggérant l’amalgame entre musulmans, islamistes et terroristes.

Engagée dans la campagne contre l’initiative sur les minarets en 2009, Stopexclusion propose une affiche qui contre visuellement, en les citant, tous ces messages anti-immigration pour les détourner. La scène se déroule sur un fond rouge qui, dans la symbolique des affiches UDC, représente le pays à défendre contre les étrangers; la référence singulière du « peuple » est toutefois articulée en une pluralité de conditions, notamment un contexte urbain et un contexte rural. Des simples citoyens sont les protagonistes de l’affiche; enfermées dans des bulles de bande dessinée, leurs représentations des relations sociales sont véhiculées par les animaux.

La couleur exprime les diverses représentations. Le contraste binaire blanc et noir de l’affiche UDC de 2007 fait place à l’opposition entre un univers coloré et un monde sombre dans celle de Stopexclusion. D’une part, des moutons de toutes les couleurs paissent placidement, illustrant une cohabitation riche des différences sous un soleil qui les éclaire toutes indistinctement; d’autre part, sous un ciel de plomb, un corbeau, véritable oiseau de mauvais augure avec son plumage noir, son rauque cri démagogique et sa nécrophagie, tance et chasse toute altérité sous la forme de mouton noir et de femme en burqa.





# **1. Images de la politique et politique de l'image**



La communication constitue une composante essentielle de la représentation politique. Sans elle, la (les) politique(s) ne peu(ven)t tout simplement pas exister. Elle est le moyen de légitimation essentiel de celle-ci. Son importance est allée grandissant au cours des siècles derniers et s'est essentiellement imposée à partir de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, notamment de par l'émergence d'une multitude de protagonistes dans la vie publique, bouleversant les habitudes locales et des pratiques vieilles de plusieurs siècles<sup>1</sup> et la naissance des nationalismes modernes. Cette transformation de la mécanique politique marqua l'apparition de nouveaux symboles, mythes et *invented traditions*<sup>2</sup> et la création de nouveaux objets politiques tels que le culte des drapeaux nationaux ou régionaux, la création d'acronymes et de symboles propres à chaque parti et formation, le développement des allégories nationales (Helvetia, Marianne, Britannia, Columbia, etc.), d'hymnes, etc. qui confèrent une identité et un sentiment d'appartenance communautaire aux membres des sociétés sécularisées modernes<sup>3</sup>. Pour assurer leur existence, chacun de ces éléments nécessite une transmission de son contenu aux citoyens, au peuple d'une nation donnée. C'est ici le rôle de la communication politique que de véhiculer les composantes de cette nouvelle mythologie sécularisée à la plus grande part possible de la population.

## **Communication, campagne et affiches politiques**

La notion de communication politique recouvre, selon la perspective retenue, en grande partie la notion de propagande, cela de par le fait que toutes deux sont identiques quant à leurs buts et leurs moyens d'action. La propagande constitue effectivement pour nous un moyen de faire adhérer les individus à un ensemble d'idées et de valeurs, à les mobiliser et à leur permettre de développer un sentiment d'appartenance à une société donnée<sup>4</sup>. Même si l'histoire de la propagande est effectivement intimement liée au parcours de personnages tels qu'Adolf Hitler, notamment de par l'influence de son ministre à l'Éducation du peuple et à la propagande Joseph Goebbels, qui était persuadé que celle-ci jouait un rôle essentiel pour tout mouvement décidé à obtenir le pouvoir et la considérait comme un outil permettant de vendre des idées politiques sur le marché de masse<sup>5</sup>, il est essentiel pour nous de préciser que la propagande est également omniprésente au sein des sociétés contemporaines et l'un des éléments essentiels du fonctionnement démocratique. Elle constitue un outil de modelage des opinions et des débats important, complémentaire à l'influence des médias et des discours scientifiques sur le débat public. Cela même si elle établit intrinsèquement, tout comme la communication politique, une notion de relation de pouvoir.

Ce qui est également spécifique à la propagande, c'est son caractère fondamentalement irrationnel. Ellul<sup>6</sup> utilise ainsi ce critère pour différencier cette dernière de l'information; la propagande s'adresse aux sentiments et aux passions, alors que l'information se veut purement rationnelle et fondée sur la raison. Cette perception dichotomique de la communication se doit cependant d'être relativisée, puisqu'il existe bien évidemment également un type de propagande rationnelle, ou tout du moins se réclamant comme telle. Cette forme de la communication politique, basée sur la présentation de faits et l'exploitation de données statistiques, peine cependant à être exempte de toute partialité, et des chiffres, présentés comme reflétant la réalité, se trouvent souvent être manipulés et biaisés par la perception partisane des acteurs impliqués dans le processus de communication.

## **Image et imagerie politique**

L'imagerie politique est omniprésente dans nos sociétés contemporaines. Tout un chacun y est régulièrement confronté, par le biais de nombreux canaux médiatiques. Elle emplit les rues en période d'élections et envahit constamment la télévision, le cinéma, la peinture, etc. Nous sommes ainsi devant un objet d'étude particulièrement difficile à aborder et dont l'analyse ne sera jamais totalement complète, impartiale, ni exhaustive. L'image politique est polysémique, multiple et le lieu de multiples enjeux de pouvoir qu'il est parfois difficile de cerner. Nous nous efforcerons cependant de mener au mieux ce travail de décryptage de l'imagerie propagandiste helvétique.

C'est la Première Guerre mondiale qui « scelle le mariage entre imagerie et propagande »<sup>7</sup> et marque la première prise de conscience de la nécessité d'influencer les représentations du conflit et de celle de marquer et jouer sur la mémoire collective des citoyens. Bonnell<sup>8</sup> souligne, par exemple, qu'à partir de la même époque le Parti bolchévique comprend que la création d'un schème de symboles convaincants, de traditions inventées telles que les nomme Hobsbawm, est un aspect fondamental des campagnes politiques visant à susciter l'enthousiasme au sein du public et à faire adhérer l'opinion à sa cause. En réalité, ce sont plusieurs phénomènes qui vont cumuler leurs effets et bouleverser « le paysage politique graphique »<sup>9</sup>.

Premièrement, le processus de démocratisation de la politique qui prend forme avant la Première Guerre mondiale et fait que le politique ne constitue plus exclusivement l'apanage d'une certaine élite, mais une question à laquelle tout un chacun peut, et doit, s'intéresser. Deuxièmement, on trouve dans certains pays, après la fin de ce premier conflit d'ampleur planétaire, « une volonté de prolonger la mobilisation nationale dans un engagement politique, de dénoncer violemment

l'adversaire politique comme l'on stigmatisait l'ennemi national». À cette époque, cette forme de la communication politique s'impose dans la construction d'une rhétorique picturale de la rivalité<sup>10</sup>, qu'elle soit nationale, idéologique ou partisane. Le recours à l'art de la caricature imprègne ainsi régulièrement les productions des partis et autres acteurs du monde politique. L'affiche s'impose alors d'elle-même comme l'instrument majeur de la séduction et de la dénonciation et se trouve de manière de plus en plus récurrente sur les murs des cités européennes. Cette influence grandissante de l'affiche dans la définition des discours politiques et la construction des identités s'avère d'une importance fondamentale, puisque nous pensons, tout comme Baker<sup>52</sup>, que les «affiches de la Première Guerre mondiale [et celles produites jusqu'à aujourd'hui] jouent un rôle très important si l'on veut étudier la manière dont l'identité nationale peut être mise en forme picturale. [...] L'affiche articule stylistiquement l'identité nationale.» Ce constat quant à la pertinence de l'affiche comme moyen de décrypter la construction visuelle de la symbolique nationale s'applique également pour la construction et la mise en place d'une rhétorique visuelle de l'altérité, de l'étranger. L'affiche s'impose donc clairement comme une source privilégiée pour accéder à la compréhension de ces processus.

Lorsque l'on se penche sur les objets visuels de la politique, il est ainsi essentiel de prêter attention aux productions visuelles et aux œuvres dans leur ensemble afin de cerner au mieux les processus de réappropriation des symboles culturels. Puisant dans cet éventail de codes et représentations culturels multiples, «l'image politique s'est cependant constituée comme un langage qui comporte son vocabulaire et sa grammaire»<sup>11</sup>. Partant, il est ainsi logique que le politique, en tant que langage et objet culturel, participe de son propre vocabulaire et de sa propre grammaire. Cela implique donc que certains éléments et règles sont à respecter lorsque l'on souhaite communiquer correctement à travers ce langage. Certains symboles ou formulations discursives se «doivent» donc d'être utilisés, car ils se situent à la base du langage de l'image politique. Ils constituent, en quelque sorte, des figures imposées qui contribuent à la compréhension et à l'assimilation des messages proposés. Ce constat permet également d'expliquer, tout du moins partiellement, le fait que certains idiomes de communication se retrouvent dans les discours visuels de tous les types d'organisations politiques, cela quel que soit leur positionnement idéologique. Toutes parlent effectivement le même langage, celui de l'imagerie politique, et puisent ainsi dans un socle commun de représentations. Mais ce langage commun prend parfois des accents différents et divers discours utilisant une même symbolique, une imagerie identique, peuvent ensuite se colorer de teintes totalement différentes.

Au-delà de la lutte pour imposer rationnellement ses arguments, l'iconographie politique se situe à l'avant d'un combat hautement symbolique, celui

d'être capable de symboliser une situation, de représenter le réel – ou tout du moins la compréhension partielle que l'on en a – de manière aussi imagée, percutante et efficace que possible. « Réussir à symboliser un problème, c'est lui donner un sens. »<sup>12</sup>

Celui qui saura trouver la manière de rendre compréhensible pour le plus grand nombre un problème politique souvent complexe risque ainsi fort de convaincre le public de ses arguments.

Le langage iconographique mis en place par les partis peut ainsi toucher les votants sur deux plans : le cognitif et l'émotionnel. Par le biais des images médiatiques, les acteurs politiques peuvent ainsi visualiser tant des contenus programmatiques qu'idéologiques, leurs priorités, leurs domaines de prédilection et leurs intérêts particuliers. L'iconographie politique permet ainsi de mettre en place une visualisation de l'agenda du parti et d'assurer sa représentation vers l'extérieur<sup>13</sup>.

Dans certains cas, l'identité visuelle d'un parti peut également reposer sur une figure emblématique de son entité. On parle alors d'un processus de « personification visuelle »<sup>14</sup>, au sein duquel l'un des représentants du parti fait office de figure de proue, de programmatique à lui tout seul. Dans le cadre helvétique, ce type de personification se résume essentiellement aux formations de la droite populiste, notamment Christoph Blocher pour l'UDC ou James Schwarzenbach pour l'Action nationale (AN), qui font tous deux offices d'icônes du mouvement et dont la présence suffit à faire référence à une tradition idéologique particulière.

## Faire campagne

Le contexte politique actuel se caractérise par le développement de démocraties médiatiques ; développement qui s'opère en parallèle d'une professionnalisation des activités liées à la mise en place des campagnes politiques. Alors qu'en Suisse<sup>15</sup>, la conception, la création et la diffusion du matériel de propagande restent, jusqu'à la fin des années 1970, l'apanage des militants, les quarante dernières années marquent une implication et un recours de plus en plus marqués des professionnels de la communication pour la mise en place et le développement des campagnes. Graphistes, agences de communication et « *Spin Doctors* » se sont ainsi imposés en tant qu'acteurs essentiels du développement des stratégies de communication des partis et organisations politiques. Cette évolution implique un changement tant du point de vue de la forme que prend cette communication que du point de vue de son contenu.

La professionnalisation de la conduite et de la mise en place des campagnes engendre de nouvelles implications dans l'influence que celles-ci peuvent avoir sur les votants<sup>16</sup>. Ce processus de professionnalisation implique effective-

ment la transposition de méthodes, approches et canaux propres au marketing commercial « traditionnel » dans le champ du politique. De nouveaux médias s'ouvrent ainsi à la communication politique, notamment visuelle, et au-delà des outils traditionnels tels que l'affiche, le tract ou le journal de parti, le discours politique se développe sous de nouvelles formes : dans des clips publicitaires, sur des sites internet, dans les médias sociaux, etc. L'image prend ainsi une part grandissante de la diffusion de ces messages et l'affiche doit alors faire sa place au milieu d'un large éventail d'autres modes de communication par l'image. Il est, dès lors, fondamental qu'elle exploite ses spécificités propres et renforce sa capacité d'attirer le regard, de consolider l'accroche de sa présentation.

La transposition des techniques marketing dans le domaine de la propagande implique également un changement de point de vue quant à l'objectif de celle-ci et, donc, une focalisation grandissante, non plus sur le contenu transmis, mais sur l'efficacité même de la transmission du message. Cette évolution est à replacer dans le contexte du décloisonnement des discours partisans de l'appauvrissement idéologique de la communication politique, dont Newmann<sup>17</sup> traduit très bien l'essence : « Le système politique actuel est dirigé par le marketing, avec un accent mis sur l'image et non la substance, sur les personnalités plutôt que sur les questions de fond [...] et sur les changements technologiques qui altèrent la manière dont l'information est transmise par le biais des médias. »

Ce phénomène se caractérise également par une importance grandissante de la part financière consacrée à la mise en place et à la diffusion des campagnes de communication politique. Les partis ne disposant pas tous des mêmes moyens financiers pour mener à bien leurs campagnes, certains peuvent être ainsi tout particulièrement avantagés ou désavantagés dans leurs capacités à créer des contenus marketing efficaces et à les faire partager. Dans le cadre des affiches de propagande, ce point est tout particulièrement important lorsque l'on aborde l'efficacité du contenu visuel (pensé et imaginé par des professionnels, ou non, de la communication publicitaire), le nombre des occurrences de ce contenu (diffusion massive ou sporadique) et le choix des emplacements retenus (affiches situées sur des panneaux publicitaires bien en vue, affichage sauvage, etc.).

L'art de faire campagne se situe ainsi à la croisée de divers éléments, dont la médiatisation de la politique, la performance des politiciens et de leur équipe de communication, la promotion d'imaginaires sociaux et politiques ainsi qu'une multitude de composantes de l'agenda sociopolitique et économique<sup>18</sup>. Dans ce processus de représentation symbolique, la politique devient alors un acte théâtral et le site d'une représentation collective qui contribue également à la définition de l'*agenda-setting*, c'est-à-dire à la délimitation des sujets « brûlants » de l'actualité politique.

L'intensité de la campagne semble ainsi également avoir une importance sur la réception des messages chez les votants<sup>19</sup>; plus celle-ci est élevée, plus l'impact des messages est important. Dans la même ligne, les campagnes recourant à une rhétorique populiste et émotionnelle semblent également avoir un impact plus significatif sur les résultats du vote que les autres types de campagne. Cela pour deux raisons : en premier lieu, un discours argumentatif de cet acabit est beaucoup plus susceptible de créer une résonance, une réaction émotionnelle, chez les votants, donc de les toucher directement et d'influer sur leurs perceptions; en second lieu, les campagnes de ce type « correspondent de manière presque idéale aux critères de sélection et aux formats de communication de *mass media* comme la TV. Ainsi, les médias jouent (consciemment ou non) un rôle d'amplificateur du discours populiste, et lui procurent un avantage persuasif sur d'autres catégories de discours plus "substantiels" »<sup>20</sup>.

L'impact d'une campagne serait également plus élevé lorsque l'objet bénéficie d'une forte couverture médiatique et que l'antagonisme entre les positions défendues atteint son paroxysme; et moindre lorsque cette couverture est faible et que les positions des différentes parties sont peu différenciées.

Il semble également logique que le niveau de crédibilité<sup>21</sup> dont jouit l'émetteur du message auprès de son récepteur augmente « de façon substantielle l'impact de ses messages » et que les votants concernés tendront, dès lors, à fortement prendre pour acquis les arguments présentés, sans chercher à les confronter à d'autres arguments et à des preuves empiriques.

Les campagnes politiques semblent, de plus, d'une importance particulière dans le cadre des votations populaires qui abordent un éventail de thématiques extrêmement diversifiées. Face à la diversité des propositions soumises à l'approbation du peuple, les citoyens se doivent effectivement de prendre position sur une multitude d'alternatives dont ils ne sont pas forcément familiers.

Dans ses travaux sur l'impact des campagnes dans les processus de décision politique des votants, Farrell<sup>22</sup> part notamment du principe qu'il existe très certainement un degré de volatilité et d'incertitude plus élevé dans le cadre des scrutins populaires que dans celui des scrutins électoraux; cela parce qu'une partie relativement importante des votants n'est capable de formuler ses propres opinions sur des sujets méconnus qu'en suivant le déroulement des campagnes. Ce processus de formation de l'opinion publique s'avère ainsi particulièrement prégnant dans le contexte de la démocratie directe helvétique, au sein duquel les votants sont très régulièrement sollicités sur des sujets multiples et variés, et cela même si certaines études<sup>23</sup> soulignent que la majorité des citoyens suisses ont cependant une bonne connaissance de base et participent plus ou moins régulièrement aux scrutins populaires.

Un certain nombre d'auteurs s'accordent ainsi à dire que le rôle des campagnes dans le contexte politique actuel ne consiste plus tant à présenter et à « vendre » la position d'un parti sur un objet particulier, mais se situe plutôt dans leur capacité à définir quels sont les enjeux saillants construits autour de cet objet. Ce constat entre en parfaite résonance avec notre observation du fait que nombre de votations, notamment sur la question migratoire, ont ainsi vu leurs débats s'axer non plus sur le contenu de l'objet soumis à la consultation populaire, mais sur sa mise en scène symbolique<sup>24</sup>. Ce processus pousse également les différents acteurs impliqués dans le débat à se focaliser sur les enjeux pour lesquels ils ont une position dominante<sup>25</sup> et à délaissier les autres enjeux qu'ils maîtrisent moins bien que leurs adversaires. Certains partis jouent ainsi un rôle considérable dans la manière dont sont définis les enjeux liés à une thématique sur laquelle ils sont connus pour être très présents. On peut, dès lors, supposer que leurs campagnes sur ces sujets seront perçues comme ayant plus de légitimité que celles des autres partis, les premiers occupant pour ainsi dire une position d'autorité – fondée ou non – sur l'objet traité. L'un des autres corollaires de ce phénomène se résume également dans le principe de la dominance<sup>26</sup> selon lequel, au cours du déroulement de la campagne, une tendance des acteurs impliqués est de se focaliser sur un nombre de plus en plus réduit d'arguments et à ne plus se concentrer que sur leurs « *winning issues* », leurs formules gagnantes. On assiste ainsi petit à petit à une réduction du nombre et à une simplification des arguments énoncés. ●

## Notes

- 1 Schnapp, 2005.
- 2 Hobsbawn, 2006.
- 3 Schnapp, 2005.
- 4 Ellul, 1961 [1990].
- 5 Welch, 2006.
- 6 Ellul, *ibid.*
- 7 Gourévitch, *ibid.*, p.35.
- 8 Bonnell, 1999.
- 9 Buton, 2006.
- 10 Baker, 1990, p. 25.
- 11 Gourévitch, *ibid.*, p. 148.
- 12 Windisch, 2002.
- 13 Fleckner, Warnke, et Ziegler, 2011.
- 14 Fleckner, Warnke, et Ziegler, *ibid.*
- 15 Cette professionnalisation de la communication s'avère plus ancienne dans d'autres démocraties occidentales, notamment anglophones, qui connaissent un tel développement dès les années 1950-1960.
- 16 Farrell, 2006, p. 41.
- 17 Newmann, 1999, p. 38.
- 18 Forchtner, Krzyzanowski, et Wodak, 2013, p. 209.
- 19 Farrell 2006, p. 180.
- 20 Marquis, 2006, p. 196.
- 21 Marquis, *ibid.*
- 22 Farrell, 2006, p. 26.
- 23 Vatter, 2014.
- 24 Maire, 2013.
- 25 Marquis, 2006, p. 234.
- 26 Gilland Lutz et Marquis, 2006.

## Représenter l'appartenance : l'identité visuelle des clubs « communautaires »

L'identité visuelle des clubs sportifs « communautaires », c'est-à-dire créés par des migrant-e-s, est révélatrice des systèmes de représentation qui mettent en lumière leur ancrage spatial, leur histoire et les références sociales et sportives à l'œuvre. L'exposition « Culture clubs. Naissance d'une métropole sportive » (Musée d'histoire de La Chaux-de-Fonds, du 22 septembre 2019 au 23 août 2020) a abordé la question de l'intégration par le sport à travers l'exemple de trois clubs de football. Représentatifs de la chronologie des migrations à La Chaux-de-Fonds, les clubs du FC Superga (1957), du FC Deportivo (1962) et du FC Lusitanos (1996) ont notamment permis de souligner l'association de différents types de références.

Tous trois utilisent des symboles liés au territoire d'origine. Dans le cas de Superga, cela passe par la présence du drapeau tricolore sur fond azur, couleur de l'équipe nationale italienne, dans l'un des deux fanions employés dès la naissance du club. L'autre, pour sa part, est grenat, en référence au FC Torino, qui a également inspiré le nom du club, Superga étant en effet la colline où eut lieu, le 4 mai 1949, l'accident d'avion qui coûta la vie à 18 joueurs de l'équipe turinoise. Le FC Deportivo, quant à lui, se réfère, pour l'écusson et les couleurs (blanc et bleu), à l'Espanyol Barcelone, tandis qu'apparaît le profil de l'Espagne, sur fond de couleurs nationales. Enfin, le FC Lusitanos utilise tant les couleurs du drapeau que les armoiries portugaises, associées à celles de La Chaux-de-Fonds (les abeilles, le jaune et le bleu). Les références à la ville sont donc présentes soit par la mention de son nom sur les logos ou les maillots, soit par l'emploi de symboles, exprimant ainsi la double appartenance des clubs « communautaires ».

Si le sport participe à la visibilité et à la reconnaissance des communautés migrantes, il n'en reste pas moins une pièce d'un mouvement associatif plus large, dans lequel il s'insère. C'est pourquoi les mentions d'associations « généralistes » apparaissent dans les logos des clubs. Le FC Deportivo intègre au centre de son fanion la référence à Pueblos de España, le centre espagnol de La Chaux-de-Fonds qui, depuis 1977, regroupe les sociétés espagnoles de la localité. Dans le cas du FC Lusitanos, le lien est encore plus fort, puisque le club, qui inclut le sigle ATP dans son logo, est une émanation directe de l'Association des travailleurs portugais, née en 1978.

L'identité visuelle des clubs « communautaires » nous permet ainsi de parcourir l'histoire de l'associationnisme migrant et de la place du sport en son sein, mais surtout la manière dont a été pensée et représentée la double appartenance au lieu d'origine (généralement à l'échelle d'un pays) et à celui d'arrivée (une ville). Une représentation qui ancre donc les clubs dans la communauté migrante, mais également et peut-être surtout dans la ville et la région dans lesquelles les clubs et leurs membres évoluent au quotidien en apportant leur contribution à la vie locale. ● Francesco Garufo





## **2. Identité et altérité dans les sciences sociales**



Les concepts d'altérité et d'identité constituent deux notions à la fois complexes et fondamentales dans les sciences sociales. Elles sont notamment extrêmement présentes dans les questionnements issus de la psychologie sociale et de l'analyse des discours sociaux.

Souvent définie dans le cadre de la théorie de la dialogicité, c'est-à-dire la capacité, voire plutôt la propension, de l'esprit humain à concevoir, créer et communiquer à propos des réalités sociales en termes d'altérité, la notion d'altérité est inséparable de celle d'identité. Il n'existe ainsi pas de conscience de soi sans conscience des autres: il y a inévitablement détermination réciproque. De plus, la référence à l'ego et à l'alter n'a pas de sens hors du champ de la communication; ces deux notions sont effectivement générées dans et par la communication symbolique<sup>1</sup>.

L'identité est ainsi à comprendre comme un « processus simultané de construction et d'exclusion qui fait nécessairement intervenir le social »<sup>2</sup> et la construction de la figure de l'Autre renvoie, indéniablement, à une forme de rejet d'un groupe, de composants culturels ou sociaux que l'on considère comme ne faisant pas partie de son identité.

Ce processus de catégorisation répond au besoin essentiel de l'individu de s'identifier à un groupe, de développer et maintenir un sentiment d'appartenance à une catégorie sociale donnée ou à un État. L'Autre est ainsi fondamental dans la réalisation et l'articulation de sa propre identité; pour qu'un groupe puisse s'identifier et se sentir appartenir à une catégorie de personnes donnée (une communauté, une nation, etc.), il doit pouvoir se distinguer d'un autre groupe, avoir des points de comparaison.

Les représentations de l'Autre sont ainsi des ressources centrales qui nourrissent les imaginations individuelles et collectives<sup>3</sup>. Elles sont nécessaires à la production de significations, à la formation du langage, de la culture et de l'identité, mais sont aussi menaçantes, dans la mesure où l'altérité peut également être la source d'anxiétés et d'hostilités dirigées vers l'Autre, de rejet de l'étranger.

## L'image de l'autre

L'image est un instrument extrêmement précieux de la mise en altérité. Le développement d'une rhétorique de l'altérité, tout particulièrement d'une rhétorique visuelle de l'altérité, constitue une entreprise de « *myth-making* »<sup>4</sup>, au même titre que le développement d'un récit de l'identité nationale fait écho à la mise en place d'*invented traditions*. Dans le contexte de l'action et des politiques publiques, la compréhension des représentations publiques de l'appartenance<sup>5</sup> s'avère de plus essentielle pour cerner les principes de base qui

structurent toute formation d'une identité spécifique. La catégorie de l'appartenance est notamment au fondement de conceptions telles que la nationalité et son octroi, la circulation des personnes et leur droit, ou non, d'établissement, ainsi que la potentialité de leur accès aux prestations sociales ou à l'exercice des droits politiques, par exemple. Cette distinction s'avère ainsi de plus en plus prégnante dans les sociétés contemporaines, puisque si, par le passé, l'exclusion formelle de certains pouvait être légitimée par la biologie et l'idée d'une supériorité de certains peuples, les principes de l'exclusion se fondent aujourd'hui avant tout sur des dimensions morales et culturelles. « Ce passage marque l'émergence de représentations et de pratiques qui, au nom des valeurs et de la culture, concourent à dénier aux membres de la minorité la qualité des égaux. »<sup>6</sup> Sur ces principes, un groupe d'individus donné peut ainsi être légalement exclu en fonction de critères établis par les institutions étatiques.

Si des termes précis et relativement personnels sont généralement utilisés pour définir les caractéristiques de l'identité à laquelle on considère appartenir, on constate cependant que l'Autre est, en général, défini de façon plus vague et que l'on s'y réfère souvent de manière plus anonymisée. Les expressions les plus révélatrices permettant de repérer des frontières établies pour distinguer l'Autre du soi, de l'ego, sont à chercher dans l'utilisation de pronoms inclusifs et exclusifs<sup>7</sup> tels que le « nous » et le « ils », le « vous » et le « nous », le « notre » et le « leur ». Les identités collectives établies peuvent ainsi concerner des identités de classe, d'ethnie, de nation et de genre autant que d'orientation sexuelle, etc., mais elles ont ceci de semblable qu'elles reposent toutes, avant tout, sur le principe d'une différenciation symbolique établie en opposition à une autre communauté culturelle imaginaire<sup>8</sup>. Et c'est au sein de l'idéologie culturelle dominante que sont maintenues et établies les définitions les plus prégnantes de la réalité sociale. L'identité et l'altérité sont ainsi toujours le produit d'une construction, d'un ordre et d'une classification<sup>9</sup>.

Il en va, bien évidemment, de même lorsque les membres d'une société donnée tentent d'établir une frontière entre l'étranger et l'indigène, bref de définir les contours de l'appartenance nationale. La manière dont l'on perçoit l'étranger ne peut ainsi être comprise que lorsqu'elle se trouve concrétisée dans la définition du « nous »<sup>10</sup>. Souvent, les critères de différenciation sont utilisés pour pointer du doigt, pour dénigrer. L'idée de menace venant de la minorité<sup>11</sup> est ainsi, par exemple, extrêmement présente dans les discours graphiques. Parfois même, l'idée de cette menace va plus loin et la représentation elle-même de cet Autre devient menaçante ; on utilise notamment la zoomorphisation ou la déshumanisation<sup>12</sup> pour légitimer les attaques dirigées vers un certain groupe et réclamer son exclusion.

La définition visuelle de l'altérité passe presque toujours par l'utilisation de stéréotypes<sup>13</sup>, souvent essentiels pour désigner, affirmer et assigner clairement et rapidement les identités visuelles des protagonistes convoqués dans l'image. Cette vérité s'applique tout aussi bien pour les autostéréotypes<sup>14</sup> que pour les xénostéréotypes<sup>15</sup>; deux notions qui se renforcent mutuellement. Plus les stéréotypes du « nous » seront marqués et fortement établis dans la conscience collective, plus les stéréotypes du « eux » seront profondément ancrés dans les représentations symboliques de l'altérité, et réciproquement.

Les stéréotypes visuels sollicités pour définir l'étranger sont cependant certainement aujourd'hui plus subtils, mais non moins problématiques, qu'auparavant. Lorsqu'elle démontre l'importance des images utilisées à des fins propagandistes pour servir les ambitions coloniales et impériales de certaines nations, Matard-Bonucci<sup>16</sup> met notamment l'accent sur les caractéristiques morales, intellectuelles ou culturelles que l'on associe aux traits physiques des individus, selon les principes de la physiognomie. Les images étaient alors considérées comme des « éléments de démonstration lorsque le racisme prétendit se fonder sur des bases scientifiques ». Aujourd'hui, ces pratiques visuelles, si elles sont largement minoritaires, restent cependant d'actualité dans la rhétorique de partis d'extrême droite. Les critères de la différenciation reposent cependant aujourd'hui plus souvent sur des considérations d'ordre culturel.

Cette forme contemporaine de construction négative de l'altérité peut être définie par le terme de « racisme culturel » ou « racisme différentialiste »<sup>17</sup>. Cette perception se base sur l'idée d'une « menace de l'altérité du dedans [...] dont l'apparition est liée au déplacement des populations et des phénomènes migratoires ». Elle postule l'idée que les différences culturelles sont irréductibles et sources de conflits; la culture est ainsi perçue comme l'élément déclencheur de l'exclusion. Les individus sont enfermés dans une détermination généalogique et se voient alors assigner des caractéristiques comportementales en fonction de leur appartenance à un groupe culturel donné. Plusieurs études ont ainsi démontré que l'appartenance culturelle ou ethnique fait partie des « facteurs de référence particulièrement importants qui influencent la formation de représentations stéréotypées et de clichés concernant les étrangers et les étrangères »<sup>18</sup>. Ce phénomène met « en évidence le rôle des représentations et leur étroite intrication avec les pratiques dans la construction d'une altérité radicale »<sup>19</sup>.

L'altérité est ainsi une notion construite qui permet de placer « légitimement » un groupe particulier dans une situation d'exclusion. Ce processus s'avère notamment particulièrement approprié lorsqu'il s'agit de définir le modèle de la citoyenneté et d'établir une frontière entre ceux qui auront le

privilège d'y accéder et ceux à qui l'on refuse ce droit. Les expressions publiques du racisme, de l'ethnicisme et de l'intolérance sont, en outre, aujourd'hui plus complexes que par le passé, notamment parce qu'elles tendent à apparaître dans des contextes médiatiques au sein desquels la tolérance et la diversité sont des normes socialement reconnues, et les expressions les plus radicales à l'encontre de celles-ci souvent sanctionnées sur le plan légal.

L'établissement et le maintien de frontières symboliques et d'opposition entre les hommes restent, dans tous les cas, d'une signification sociale extrêmement importante et traduisent le rôle joué par les représentations médiatiques<sup>20</sup> dans ce processus. Hall rappelle ainsi que les représentations de la différence sont nécessaires tant pour la construction des identités que pour la production de significations, mais qu'elles constituent également un danger et une menace pour les sociétés contemporaines, dans la mesure où elles peuvent être imprégnées de sentiments négatifs et d'une certaine forme d'agressivité. Dans les discours médiatiques, la différence est ainsi le plus souvent associée à des caractéristiques négatives. Le terme d'étranger se voit alors souvent assigner des adjectifs tels que criminel, paresseux, indésirable, illégal, etc.

Au cours des siècles, le visage de l'altérité a profondément évolué. Si la définition, et bien souvent l'exclusion, d'un Autre est une caractéristique permanente des constructions identitaires, notamment nationales, la définition de cet Autre s'est transformée et les cibles ont changé.

On a parfois défini cet Autre comme l'adversaire politique. Suivant les époques et le positionnement idéologique des acteurs, l'Autre a ainsi pu être le fasciste, la gauche socialiste ou le communiste. En Suisse, cette tendance s'est particulièrement distinguée dans la période de l'entre-deux-guerres, durant laquelle un grand nombre d'affiches anticomunistes ont été produites. Figure absolue de l'altérité aux côtés du juif durant cette époque, le communiste fait figure de menace pour la nation. La peur du bolchévisme se répand. «Les images d'ours, de monstres, de dragons, d'assassins et de mains rouges ne connaissent pas de frontières.»<sup>21</sup> Dans les productions de Paul Kammüller, d'Otto Plattner ou de Noël Fontanet, la «menace communiste» prend ainsi les traits d'une hydre, d'une main crochue cherchant à s'emparer des terres des petits propriétaires, de politiciens pantins de Staline, d'agitation, de rupture de la paix sociale, de poison rouge, de vers rongeur les fruits de la prospérité helvétique, de loups déguisés en moutons, d'échafaud pour la démocratie ou d'ignoble dictature.

Autre figure extrêmement présente dans les représentations visuelles de l'altérité, le juif est l'objet d'une tradition iconographique antisémite depuis le Moyen Âge. Parfois rattachée aux mythes bivalents du judéo-bolchévisme ou

du judéo-maçonnisme<sup>22</sup>, l'image a effectivement joué un rôle crucial dans la diffusion de l'antisémitisme. Elle a ainsi « favorisé l'unification de [ses] thèmes et accéléré sa diffusion comme code et référentiel culturel »<sup>23</sup>. De manière identique aux communistes, les juifs sont régulièrement représentés sous forme de rapaces, serpents, araignées, rats, hydres ou pieuvres, afin de les « dénoncer comme des prédateurs, des parasites, des êtres nuisibles et proliférants »<sup>24</sup> et de matérialiser les peurs que ceux-ci devaient inspirer.

Dès la fin de la guerre froide, l'étranger se présente de plus en plus sous les traits d'un Autre extra-européen. L'Arabe ou le musulman deviennent ainsi les nouvelles figures absolues de l'altérité. Saddam Hussein ou Oussama Ben Laden deviennent les ennemis numéro 1 de l'Occident et de l'Europe chrétienne<sup>25</sup>, et la culture arabe devient, dans la plupart des représentations médiatiques, intimement liée aux notions de violence, de corruption et d'hostilité aux valeurs occidentales et démocratiques. Si l'islamophobie a connu un regain important depuis une vingtaine d'années, l'idée d'une menace musulmane sur l'Europe chrétienne plane, comme pour l'antisémitisme d'ailleurs, depuis le XV<sup>e</sup> siècle déjà<sup>26</sup>.

Le contexte politique actuel suscite, de plus, une méfiance grandissante à l'égard des flux migratoires et de l'arrivée d'étrangers sur le territoire européen. Les discours contemporains sur l'immigration sont effectivement de plus en plus saturés d'images stéréotypées et de clichés sur les immigrants<sup>27</sup>; ces représentations ont, inévitablement, des répercussions sur les rapports qu'entretiennent les sociétés d'accueil avec ceux-ci et les politiques mises en place les concernant. Ici encore, notre perspective est dialectique : si les représentations influent effectivement sur les structures institutionnelles et sociales mises en place, nous pensons également que l'étranger « moderne, tel que nous le connaissons sous les traits de l'immigré, est [...] une figure politique, un produit de procédures étatiques qui l'instituent »<sup>28</sup>. Sanchez-Mazas met ici le doigt sur un phénomène de particularisation du Nous, une forme d'« ethnicisation » des nationalismes qu'il s'agirait, selon elle, de mettre en lien avec la délégitimation croissante de l'immigration.

Les discours sur l'immigration font effectivement de plus en plus souvent appel à des stratégies rhétoriques d'illégitimation<sup>29</sup> : processus d'anonymisation et de massification (on parlera des immigrants ou de « ces gens » plutôt que de nommer un groupe spécifique<sup>30</sup>), de délégitimation (on parlera de faux réfugiés ou de migrants économiques). Des métaphores font écho à l'idée d'invasion et de « submergence » : idée du fleuve pour le passage des frontières, de la vague pour son caractère menaçant<sup>31</sup>.

La stratégie du bouc émissaire<sup>32</sup> se révèle également extrêmement présente dans les représentations. Les étrangers sont ainsi régulièrement accusés d'être à l'origine des maux de la société: criminalité, faillite du système social, insécurité, perte des valeurs morales, chômage, etc. On les considère notamment comme des « problèmes sociaux », « indignes », « méprisables » ou « dangereux »<sup>33</sup>, on les accuse d'être venus par le biais de l'immigration illégale, de mariages arrangés et du fait que « leur taux de natalité dépasse celui de la population indigène »<sup>34</sup>. Le plus souvent, les étrangers sont ainsi stéréotypés, victimisés, démonisés et investis, au travers des discours et des images, de représentations négatives<sup>35</sup>.

Les appels à la peur sont ainsi très fréquemment présents dans les discours sur la migration et visent essentiellement à catalyser les angoisses sociales, politiques et sécuritaires des citoyens et à faire endosser aux étrangers la responsabilité des défaillances et des manquements de la société. « La stigmatisation d'une figure consensuelle de la menace » peut ainsi être considérée comme une stratégie possible « visant à fédérer les opinions contre un ennemi politique et social identifiable [et] offre une figure de l'altérité aussi floue qu'inquiétante permettant d'obtenir l'adhésion de tous à son [...] objectif de contrôle social »<sup>36</sup>.

De manière générale, les scripts de ces discours fonctionnent souvent selon le principe de l'opposition binaire<sup>37</sup>. Dans une vision dichotomique de la société, lorsqu'un concept est convoqué, il est presque toujours défini en relation à son contraire. On oppose ainsi le bon au mauvais, le vrai au faux, le juste au corrompu, le travailleur au fainéant, etc. Basée sur la production et la reproduction de relations de pouvoir, cette stratégie rhétorique fonctionne sur des logiques d'exclusion et de division, notamment entre migrants et société d'accueil, vision protectionniste ou nationaliste et perspective humanitaire ou cosmopolite. Dans les discours visuels, cette construction argumentative fonctionne également extrêmement bien et l'on retrouve souvent des affiches opposant la représentation du bon citoyen suisse au mauvais étranger ou migrant ou celle du juste politicien à l'élite corrompue.

## **La construction des identités nationales**

L'invention de la nation, telle qu'elle a été entreprise à partir de la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, correspond à un processus complexe qui ne s'avère, aujourd'hui, pas encore totalement abouti<sup>38</sup>. Ce processus de construction de l'identité a notamment connu un tournant fondamental durant la guerre franco-prussienne de 1870, puisque, à la suite de ce conflit, « il ne s'agit plus désormais d'encourager l'émergence de nouvelles nationalités, mais de défendre la sienne contre celle des

autres»<sup>39</sup>. Ce tournant se manifeste également dans la production iconographique patriotique parce que, alors que les premiers artistes du Heimatstil, et à n'en pas douter d'autres courants patriotiques européens, visaient avant tout une exploitation « noble » des symboles de la nation dans le but de créer un sentiment identitaire commun, le début du XX<sup>e</sup> siècle marque, quant à lui, l'avènement d'une forme opportuniste de patriotisme visant à exacerber les identités nationales et à attiser les sentiments antagonistes et le besoin de défense nationale.

L'État moderne base ainsi sa légitimité sur l'idée de perpétuation des traditions et récits qui l'instituent, mais aussi sur une forme d'opposition à l'altérité, concept essentiel, comme nous l'avons vu dans la section précédente, à la définition identitaire du soi. Pour être apte à fédérer les masses autour de son projet, la nation se doit effectivement de vivre dans le présent, de proposer un futur commun et de reposer sur un passé<sup>40</sup> plus ou moins mythique. L'invention de ces traditions et mythes nationaux repose sur un bon nombre d'artefacts culturels, dont les images sont un élément essentiel, transmis et perpétués au sein des institutions étatiques et sociales. Ce bricolage imagologique (« imagologische Bastelei »)<sup>41</sup> officie afin qu'une nation donnée puisse se doter d'images signifiantes permettant à la collectivité de s'identifier. Marchal<sup>42</sup> va même plus loin lorsqu'il estime que les images historiques n'existent finalement qu'au travers de l'utilisation que l'on en fait et que ces images historiques et les mythes qui leur sont liés sont, de plus, non protégés et disponibles pour tout usage, librement et sans droits. Un symbole national particulier peut ainsi être utilisé dans des contextes multiples, sans que sa signification et ses caractéristiques premières en soient pour autant altérées. Dans certains contextes, la défense spirituelle et les principes politiques propres au pays peuvent ainsi transcender les clivages politiques et tous peuvent s'accorder autour d'un idéal commun à préserver. Dans cet ordre d'idée, nous maintenons le présupposé que les nations sont, et ont toujours été, des constructions sociales « issues d'un immense travail de mobilisation politique et d'homogénéisation culturelle visant à ce qu'une multitude d'individus différents, dispersés, isolés, puissent progressivement se rattacher à une nationalité »<sup>43</sup>.

Le sentiment nationaliste a cependant connu des phases d'exacerbation et de diminution de son intensité et des formes de ses figures. Sanchez-Mazas<sup>44</sup>, Noiriel<sup>45</sup> ou Grillo<sup>46</sup> parlent ainsi d'une ethnicisation des nationalismes, de nationalisation du monde social ou de *Backlash against Diversity* au cours des dernières décennies. Comme l'explique parfaitement Noiriel, la politisation de l'identité nationale dans sa forme actuelle n'est effectivement pas très ancienne et ne se diffuse, en tant que figure majoritaire, dans le discours politique français qu'à partir des années 1970, avec la réappropriation de ce thème par la droite, perçue comme une riposte trouvée « pour répondre à la politisation de la classe

ouvrière impulsée par les socialistes». Avant cela, le terme d'« identité nationale » était effectivement absent de la rhétorique des différents partis et, lorsque l'on souhaitait faire référence à cet objet, on parlait alors plutôt de personnalité, esprit, âme ou caractère national.

En Suisse, ce constat semble, en partie du moins, pouvoir être validé. Lorsque l'on parcourt les archives fédérales, on constate que la première mention du terme d'« identité nationale » dans les débats de l'Assemblée fédérale n'apparaît qu'en 1972. Dans notre corpus d'affiches, on constate également une utilisation accrue, sans précédent depuis la période de l'entre-deux-guerres, des symboles patriotiques depuis le début des années 1970 et dont on note les prémices dès la seconde moitié des années 1965. Et, lorsque l'on parcourt la liste des initiatives parlementaires déposées depuis la création de la Suisse moderne, on note une inflation notoire des initiatives traitant de la relation du pays à l'extérieur, de la préservation de son identité et de la présence d'étrangers sur ce territoire depuis la même époque. Il semble ainsi évident qu'on assiste depuis une cinquantaine d'années à une « revitalisation » de la politique identitaire tant en Suisse qu'ailleurs en Europe. La montée en puissance des partis d'extrême droite et la constante remise en question des droits des immigrés en sont un symptôme virulent.

Ce constat peut certainement s'inscrire dans une volonté de maintien et de réaffirmation des codes et valeurs traditionnelles dans un contexte politique et social peuplé d'incertitudes. Dans les périodes dites de stabilité<sup>47</sup>, les valeurs, mythes et symboles qui « font » la nation et la définissent en tant qu'ordre culturel sont, plus ou moins, considérés comme acquis et sont perçus comme faisant partie intégrante du sens commun. Dans les périodes plus instables, le concept d'authenticité nationale est mis à contribution dans un dessein de reconstruction de la nation. Les changements politiques, économiques et sociaux des dernières années ont ainsi certainement amené une remise en question de l'image des nations et celles-ci ont dû se positionner sur certaines questions qu'elles n'avaient dû se poser auparavant (ouverture des frontières, affiliation à des instances et organisations supranationales, etc.). Ce changement de paradigme dans la compréhension de l'État-nation et de sa capacité de détermination a, vraisemblablement, conduit un certain nombre d'acteurs vers une volonté de réaffirmation de l'identité nationale traditionnelle et des conceptions mythiques qui lui sont liées, réaffirmation souvent dirigée dans un but de fermeture et de retour à une authenticité nationale supposée.

En France et en Suisse, comme ailleurs, « les usages politiques de l'identité nationale [ont] été utilisés, le plus souvent, pour stigmatiser les immigrés, en fabriquant un clivage artificiel entre “eux” et “nous” ».

L'on peut effectivement remarquer que lorsque les États cherchent à délimiter leurs frontières, ils cherchent souvent à se protéger contre un ennemi, réel ou supposé, extérieur ou intérieur. Le processus de création de la nation repose effectivement en grande partie sur des mythes faisant référence à la défense et la délimitation de ses limites<sup>48</sup>, à l'établissement d'une césure entre ceux qui appartiennent à cette nation et ceux qui en sont exclus.

Ce constat s'applique bien évidemment à l'ensemble des États modernes, mais se retrouve de manière particulièrement prégnante dans le contexte de la construction identitaire nationale de la « petite Helvétie ». La Suisse s'est effectivement toujours définie comme un exceptionnalisme, un *Alleingang*, un *Sonderfall*. La plupart des mythes fondateurs du pays font ainsi référence à la résistance de héros nationaux tels que Guillaume Tell ou Arnold von Winkelried face à l'oppression étrangère, généralement symbolisée par les Habsbourg. L'instrumentalisation du récit glorieux de ces valeureuses batailles dont la véracité historique n'est que très peu, voire pas du tout, fondée au cours du XIX<sup>e</sup> siècle, notamment dans le cadre des associations patriotiques ou d'événements civiques tels que les compétitions fédérales de tir, a ainsi fortement contribué à la formation d'une identité nationale commune, basée sur un ethos politique libéral-républicain<sup>49</sup>.

L'idée nationale suisse est effectivement fortement basée sur une rhétorique défensive qui exalte la volonté des pères fondateurs, les représentants des trois *Waldstätten* originels, de rester indépendants et de s'opposer farouchement à toute forme d'oppression étrangère. Cette attitude de défense spirituelle et politique reste encore profondément ancrée dans la conscience collective suisse contemporaine, notamment lorsque la question de la relation du pays à des instances supranationales telles que l'Union européenne ou l'Organisation des Nations unies est abordée. L'Association pour une Suisse indépendante et neutre (ASIN) et ses prises de position sur la suprématie du droit helvétique, sa défense farouche de la neutralité, de l'indépendance et de l'autodétermination en sont un parfait exemple.

Cette construction identitaire, dirigée contre un Autre imaginaire, permet la définition d'un ego homogène et le rassemblement d'un ensemble de régions linguistiques et d'appartenances religieuses diverses autour d'une identité commune, délimitant ainsi les frontières de la citoyenneté suisse. Aujourd'hui encore, ce mythe du peuple homogène<sup>50</sup>, qui se doit, selon certains, d'être préservé à tout prix, continue d'influencer l'histoire du pays. S'il était déjà un élément constitutif de l'auto-conception des associations patriotiques et d'extrême droite dans les années 1920 et 1930, du programme des Démocrates suisses et de l'Action nationale dans les années 1960 et 1970, il constitue effectivement toujours un argument central du programme politique de l'actuel plus grand parti

de Suisse, l'UDC. La prétendue préservation de l'identité nationale face à la menace étrangère, qu'elle soit vue comme provenant de l'extérieur ou de l'intérieur du pays, reste ainsi d'une actualité brûlante dans les discours politiques et les prises de position des différentes instances institutionnelles.

La transmission et le maintien de ce type de mythe sont essentiels à la perpétuation d'un sentiment d'appartenance commun et l'image joue un rôle crucial dans ce processus. Les icônes nationales, telles que Helvetia, Britannia, Marianne, ou des éléments naturels ou plus abstraits tels que la mer (pour l'Angleterre), la forêt (pour l'Allemagne), la Révolution (pour la France) ou les Alpes (pour la Suisse)<sup>51</sup> prennent le plus souvent la forme d'une allégorie visuelle qui remplit alors une double fonction : différentielle et iconique ou identitaire. Ils deviennent ainsi le reflet « d'un élément de la réalité idéologique du pays en question »<sup>52</sup>, réalité construite qui peut être instrumentalisée à l'envi en fonction de l'orientation partisane de l'émetteur du message et de la cause qu'il prétend défendre.

Cette polysémie de l'icône, et de l'image de manière générale, et l'ambivalence de toute icône deviennent apparentes dès que celle-ci est déplacée hors de son contexte officiel de diffusion et insérée dans un champ de référence plus large<sup>53</sup>. Malgré une certaine multivalence et volatilité, ces symboles emblématiques « restent un des éléments essentiels dans les stratégies de légitimation de représentation des États »<sup>54</sup> et ceci est d'autant plus important dans le cadre de la problématique abordée ici des partis et organisations politiques. Peu importe leur contexte d'énonciation, les figures symboliques de l'identité nationale possèdent une capacité de mobilisation conséquente et restent des leviers de l'action et de l'adhésion politique sans commune mesure.

L'invention d'une nation passe ainsi, essentiellement, par l'image qui est diffusée aux masses par le biais des artefacts médiatiques et culturels. Les représentations médiatiques contemporaines participent ainsi à la construction, la déconstruction et la reconstruction de la nation comme catégorie symbolique d'appartenance<sup>55</sup> et il a effectivement été souvent souligné à quel point les médias nationaux, notamment, jouent un rôle crucial dans le renforcement du sentiment d'appartenance des citoyens d'un pays et dans l'invocation d'une certaine forme de nationalisme et de patriotisme.

## **Le cas helvétique**

Cela a partiellement été dit dans la section précédente, l'identité collective du pays se base, en grande partie, sur l'idée d'un *Sonderfall* suisse dont les fondements scientifiques sont très faibles, mais qui bénéficie d'une aura extrême-

ment importante dans le système helvétique des représentations collectives<sup>56</sup>. La rhétorique de l'exceptionnalisme civique<sup>57</sup> de la Suisse, notamment utilisée dans les discours de l'élite culturelle et politique, stimule ainsi la diffusion d'une idéologie de la communauté d'appartenance organique, fondée tant sur son caractère prétendument naturel que sur l'idée d'une volonté affirmée de vivre ensemble. Les institutions politiques, et tout spécifiquement le fédéralisme et la démocratie directe, sont ainsi promues au stade d'icônes nationales sacralisées et ardemment défendues.

L'histoire de cette construction rhétorique de la spécificité suisse est ancienne et se manifeste dans différents événements ayant marqué l'histoire du pays, notamment à la suite de la guerre du Sonderbund, le Kulturkampf des années 1870 et le concept de « Réduit national » popularisé par Guisan durant la Seconde Guerre mondiale. Marchal et Mattioli<sup>58</sup> estiment ainsi que l'identité nationale du pays se construit depuis le milieu des années 1880 tant dans sa forme et son contenu que dans sa mise en scène. Le début de XX<sup>e</sup> siècle marque également l'avènement du concept de « défense spirituelle », concept qui se voit institué sur le plan fédéral. Adoptée largement, cette nouvelle perspective nationaliste de la neutralité participe d'un renforcement de « l'esprit national » au travers de valeurs traditionnelles telles que la foi, l'armée et la résistance morale face à l'ennemi. Cette attitude de repli et de confinement est encouragée, dès 1938, par le Conseil fédéral, dans le but d'élargir les efforts de défense à des domaines non militaires tels que l'économie et la culture<sup>59</sup>. L'on remarque ici l'importance, pour les autorités étatiques, d'avoir le contrôle des formes culturelle et médiatique de la représentation et de s'assurer que celles-ci participent activement au renforcement du sentiment d'appartenance identitaire des citoyens.

Chacune des étapes de la construction de l'État fédéral moderne se voit ainsi marquée par la présence rémanente de discours publics portant sur la nation suisse et sa relation à l'Autre. La défense du soi contre un *alter*, un Autre imaginaire, est ainsi essentielle dans le processus de *nation-building* helvétique. La figure de l'étranger (qu'il agisse de l'intérieur ou de l'extérieur) qui met potentiellement en danger la citoyenneté nationale et la prospérité du pays constitue effectivement une composante essentielle des récits sur l'identité suisse. Plus encore que dans d'autres États, la représentation identitaire helvétique semble s'accompagner d'une forme d'adoration du peuple « commun » comme unité forte et résistante face à l'adversité<sup>60</sup> et d'une tendance remarquable à développer une attitude défensive, voire offensive, tant envers l'étranger qu'envers le progrès, le libéralisme, la modernité ou l'ouverture au monde. La nationalité suisse se définit, par conséquent, selon une conception *ex negativo*<sup>61</sup> de son identité, dont découle une attitude négative

dirigée contre l'Autre, perçue comme une menace potentielle pour le peuple homogène idéalisé.

Par la force de sa conscience collective farouchement indépendante, la Suisse se trouve ainsi être un exemple typique de la construction identitaire des nations telle qu'elle s'est développée dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, et son histoire témoigne, ainsi, non pas seulement d'une « invention de la tradition », mais bien, comme le dit astucieusement Marchal<sup>62</sup>, d'une « tradition d'invention de la tradition ». Nombre d'auteurs s'accordent ainsi sur l'existence de « mécanismes du bricolage identitaire, qui, à partir d'un assemblage d'éléments décontextualisés, construit une miniature parfaite, une image de la Suisse plus vraie que la vraie Suisse »<sup>63</sup>.

Souvent passiste, cette vision idéalisée et idéaliste de la nation fait fréquemment référence au passé glorieux du pays, à ces héros des temps passés, aux pères fondateurs de la nation, aux « *Alten Eidgenossen* » et à l'âge d'or qu'ils sont censés représenter. La genèse de la Confédération constitue effectivement le socle de développement de l'imaginaire national et de la quasi-totalité de ses mythes. Celui du peuple homogène, qui peut sembler relativement problématique et assez cocasse lorsque l'on pense que les citoyens ne partagent ni la même langue, ni la même religion, trouve ainsi par exemple sa source dans les fondements de la Confédération et dans la représentation que jouent les trois « cantons » fondateurs Uri, Schwytz et Unterwald dans l'imaginaire collectif suisse. La thématique iconographique des « *Drei Eidgenossen* » trouve ainsi sa connotation allégorique<sup>64</sup> dès le début du XIX<sup>e</sup>, voire un peu plus tôt.

À côté du rôle de l'histoire plus ou moins mythique du pays, les Alpes occupent également une place essentielle dans l'imaginaire national et le sentiment identitaire du pays. Comme le rappelle Clavien<sup>65</sup> lors de son travail sur l'helvétisme et son omniprésence dans les discours politiques et intellectuels du début du XX<sup>e</sup> siècle, « l'helvétisme [...] est, négativement, une réaction contre l'étranger et, positivement, une conception idéale de la Suisse développée selon deux grands axes : les Alpes et l'histoire ». Les Alpes sont ainsi à la fois présentées comme le berceau de l'âge d'or, des vertus champêtres et de la vie pastorale, et le reflet de qualités considérées comme constitutives du caractère national telles que l'amour de la nature, la vie au grand air, la beauté des paysages, une certaine austérité, un esprit conservateur, le respect des traditions, etc. La nationalisation de la nature<sup>66</sup> constitue un mécanisme crucial pour rendre l'identité nationale authentique et trois figures rhétoriques construites autour de l'image des Alpes s'avèrent essentielles dans ce processus : celles d'une force unificatrice, de citadelle défensive (comme en témoigne parfaitement le concept de « Réduit national ») et de force purificatrice. ●

## Notes

- 1 Marková, 2007, p. 7.
- 2 Sanchez-Mazas et Licata 2004, pp. 21 et 28.
- 3 Orgad, 2002.
- 4 Riggins, 1997.
- 5 Schneider, 2001.
- 6 Sanchez-Mazas, 2004.
- 7 Riggins, 1997, p. 8.
- 8 Schwelling, 2004.
- 9 Schultheis *et al.*, 2008.
- 10 Kury, 2008, p. 24.
- 11 Fleckner, Warnke, et Ziegler, 2011.
- 12 Bonnell, 1999.
- 13 Fleckner, Warnke, et Ziegler, *ibid.*
- 14 Les stéréotypes conçus à propos de l'ego, c'est-à-dire lorsque l'on cherche à produire un discours visuel sur l'identité à laquelle nous pensons appartenir.
- 15 Les stéréotypes conçus à propos de l'*alter*, c'est-à-dire lorsque l'on cherche à produire un discours visuel sur l'altérité. Stráth, 2008, p. 199.
- 16 Matard-Bonucci, 2006b.
- 17 Taguieff, 1998.
- 18 Kofler et Fankhauser, 2009.
- 19 Sanchez-Mazas, 2004, p. 39.
- 20 Orgad, 2012.
- 21 Meylan, Maillard, et Schenk. 1977, p. 11.
- 22 Matard-Bonucci, 2001.
- 23 Matard-Bonucci, 2006a.
- 24 Matard-Bonucci, 2001.
- 25 Mitchell, 2012.
- 26 Fleckner, Warnke, et Ziegler, 2011.
- 27 Kofler et Fankhauser, 2009.
- 28 Sanchez-Mazas, 2004.
- 29 En référence notamment à la notion d'illégalisme développée par Foucault dans «*Surveiller et punir*».
- 30 Riggins 1997, p. 8.
- 31 Lafont-Couturier, 2006.
- 32 Geertz, 1973.
- 33 Orgad, 2012.
- 34 Van Dijk, 1997.
- 35 Wodak et Van Dijk, 2000.
- 36 Duez, 2005, p. 27.
- 37 Hall, 1997b; Orgad, 2012.
- 38 Fleckner, Warnke et Ziegler, 2011.
- 39 Noiriel, 2007, p. 19.
- 40 Fleckner, Warnke, et Ziegler, 2011.
- 41 Marchal et Mattioli, 1992.
- 42 Marchal, 2006.
- 43 Sanchez-Mazas, 2004.
- 44 Sanchez-Mazas, *ibid.*
- 45 Noiriel, 2007.
- 46 Grillo, 2005.
- 47 Zimmer, 1998.
- 48 Fleckner, Warnke, et Ziegler, 2011.
- 49 Achermann *et al.*, 2010, p. 2.
- 50 Achermann *et al.*, *ibid.*, p. 2.
- 51 Zimmer, 1998.
- 52 Scott, 2005, p. 40.
- 53 Scott, *ibid.*, p. 44.
- 54 d'Almeida, 2006.
- 55 Orgad, 2012, p. 82.
- 56 Marchal, 2006, p. 16.
- 57 Zimmer, 2003.
- 58 Marchal et Mattioli, 1992.
- 59 Maire, 2009.
- 60 «*Wir wollen sein ein einig Volk von Brüdern, in keiner Not uns trennen und Gefahr*» ,comme l'écrit Schiller dans son *Wilhelm Tell* publié en 1804. Cet ouvrage a joué un rôle extrêmement important dans l'établissement du mythe national de Tell et de la prairie du Grütli.
- 61 Achermann *et al.*, 2010.
- 62 Marchal, 2006.
- 63 Clavien, 1993, p. 21.
- 64 Fleckner, Warnke, et Ziegler, 2011.
- 65 Clavien, 1993, p. 108.
- 66 Zimmer, 1998.

## Les Kosovars de Suisse en ligne de mire

Je me souviens de m'être trouvé à la gare de Berne et d'avoir regardé en face cette affiche en 2011. On y voyait un message frontal visant une communauté et des ombres noires de personnes immigrées qui déferlent sur la Suisse. Cette affiche politique se référait à un fait lugubre et tragique qui avait eu lieu en Suisse alémanique : un individu alcoolisé d'origine kosovare avait poignardé un ancien lutteur suisse d'Interlaken, de surcroît candidat sur les listes UDC au Grand Conseil bernois. La violence de l'événement en question avait été exploitée par la direction de l'Union démocratique du centre (UDC) dans un contexte d'initiatives visant à revendiquer l'application de l'initiative « Pour le renvoi des étrangers criminels » et à promouvoir l'initiative « Contre l'immigration de masse ». L'affiche avait rencontré un écho dans les médias suisses, sur le plan rédactionnel en ligne et papier, mais aussi sur le plan publicitaire.

Dans ce contexte tendu et suite au déchaînement politico-médiatique, j'avais, en qualité de directeur de la plateforme Albinfo.ch, rédigé un éditorial à l'adresse du lectorat de cette plateforme, composé essentiellement de personnes originaires des Balkans. Ma chronique, qui s'intitulait « Le silence n'est pas une réponse », cherchait à sensibiliser cette forte population en Suisse au fait que la violence, même si elle est le fait d'individus, contribuait à stigmatiser davantage la communauté kosovare en Suisse et qu'il fallait ne pas rester passifs mais agir face à cette surmédiatisation. Il ne s'agissait pas de se justifier pour les méfaits d'une personne, loin de là, mais de communiquer de manière organisée pour éviter que des faits individuels ne rejailissent sur toute la communauté d'origine albanaise. Celle-ci était déjà régulièrement dans le viseur d'une rhétorique populiste et de tabloïds qui rappelaient avec insistance la nationalité de personnes impliquées dans des faits de criminalité.

À la suite d'une mobilisation de la rédaction d'Albinfo.ch, nous avons publié tout un dossier dans lequel nous demandions aux ténors de l'UDC, mais aussi des autres partis politiques, d'expliquer ces affiches qui nuisaient gravement à l'image d'une minorité sociale en Suisse et accentuaient une hostilité envers les personnes d'origine kosovare. La condamnation des leaders des partis politiques suisses était unanime. L'UDC cherchait, elle, à nier une généralisation envers les Kosovars mais à dénoncer des abus, indépendamment de l'origine des criminels. À travers ce travail, notre but était précisément d'informer les Suisses sur les Albanais et réciproquement, et de lutter, à travers une action médiatique continue, neutre, et l'organisation d'événements, contre tout préjugé ou stéréotype qui nuisaient à la réputation de cette population en Suisse.

Même si la direction de l'UDC avait rétropédalé en passant, dans cette campagne, d'une phrase « Des Kosovars » à « Un Kosovar », et qu'elle avait ensuite retiré cette campagne, deux Kosovars de Suisse avaient porté plainte pour violation de la norme pénale antiraciste (art. 61 bis). En 2016, les cadres du parti à l'origine de cette affiche avaient été condamnés par la Cour suprême bernoise, qui avait décidé de casser, à deux reprises, la décision du parquet cantonal de classer l'affaire. Cette condamnation avait aussi été confirmée en 2017 par le Tribunal fédéral. Au sujet du message de cette affiche, le président de la Cour suprême estimait : « Il y a eu géné-

ralisation du cas, [...] tout a été mis dans le même sac. Tous les Kosovars sont des égorgeurs, on ne peut pas le comprendre autrement.» Pour les juges du Tribunal fédéral, l’affiche de l’UDC renvoie à l’idée que «les Kosovars dans leur ensemble sont plus violents et disposés au crime que les personnes d’autres origines».

Ce jugement fut historique car, pour la première fois en Suisse, un parti fut condamné pour ses affiches politiques. Cette affiche avait également donné lieu à des détournements publicitaires, cette fois-ci empathiques envers les Kosovars et l’immigration en Suisse, en mettant en exergue les joueurs de la Nati d’origine kosovare qui faisaient gagner la Suisse! ● Bashkim Iseini

Et voilà les conséquences de l’immigration de masse dont on perd le contrôle:

## Des Kosovars poignent un Suisse!

Que ceux qui ne sont pas d’accord avec ça signent **maintenant** l’initiative populaire «Stopper l’immigration massive!»



**Stopper l’immigration massive!**

Vous pouvez commander les feuilles de signatures au n° de tél. 031 300 58 58 ou à l’adresse [www.immigration-massive.ch](http://www.immigration-massive.ch).

Les lutteurs amateurs Roland G. (38 ans) et Kari Z. (45 ans) sont assis lundi 15 août à une terrasse à Interlaken, BE. Un taxi s’arrête soudain, et deux Kosovars (33 et 31 ans) en sortent: Ils se mettent à provoquer les deux Suisses. «Suisses de merde! Salauds!», selon un témoin oculaire. Le lutteur douze fois couronné Kari Z. demande: «Que se passe-t-il?». Un des Kosovars saisit alors son couteau et tranche la gorge du Suisse.

L’UDC demande au Conseil fédéral:

- d’appliquer immédiatement l’initiative populaire «Pour le renvoi des étrangers criminels»
- de mettre fin à l’immigration de masse incontrôlée

De Néant au Bien au CP 66 16/19 5, nous contribuons aux Feds de votre canton. De cordial merci.

UDC Suisse, Secrétariat général, Case postale 8124, 3001 Berne, www.udc.ch



Bandeau de l’UDC publié dans les journaux.



# **3. Histoire de la politisation de la question étrangère en Suisse**



**N**ous l'avons expliqué plus haut, la définition d'un *alter* est une condition sine qua non de la construction identitaire de l'ego. Dans le même ordre d'idée, « l'histoire de l'immigration est à mettre en relation avec l'évolution de la formation nationale, c'est-à-dire avec la constitution progressive d'un espace sociopolitique et culturel de dimension nationale »<sup>1</sup>. C'est pourquoi il nous est apparu essentiel de présenter en quelques pages les notions d'altérité et d'identité dans les sciences sociales et d'offrir un rapide panorama de la construction de nationalismes. Pour comprendre le cheminement de ce thème récurrent dans les débats, il est effectivement important de garder à l'esprit que « l'histoire européenne des politiques migratoires [...] est aussi une histoire politique européenne des rapports culturels à l'altérité et à l'identité collective » et que cette histoire semble aujourd'hui se caractériser par un « déclin continu du courant humaniste-asilaire et un renforcement tout aussi continu des forces idéologiques nationales sécuritaires ».

Cette évolution semble finalement être une caractéristique relativement propre aux États-nations modernes, puisque ceux-ci ont généralement eu tendance à mettre l'accent sur la notion de frontières, au contraire des régimes politiques organisés autour de centres religieux ou dynastiques aux sphères d'influence changeantes et aux frontières diffuses<sup>2</sup>. Ce renforcement idéologique de la notion de frontières a pour but d'offrir une certaine substance au mythe du peuple et s'accompagne d'idées préconçues sur la religion, le langage et la descendance de ce peuple.

Selon Gingrich et Banks<sup>3</sup>, l'équilibre entre les identités politique et expressive semble aujourd'hui être altéré : alors que l'idée de nation politique, centrale dans les démocraties modernes, perd du terrain sur le plan idéologique, les postulats ethno-nationalistes s'imposent de plus en plus. On observe ainsi une évolution ambivalente des valeurs sociales, qui oscillent entre retour de l'éthique et de la morale, d'une part, et regain de la peur et du mépris, d'autre part. La pensée raciale et les articulations racistes s'en trouvent ainsi de plus en plus normalisées et naturalisées au sein de la modernité et le libéralisme jouerait de ce fait un rôle non négligeable dans la naturalisation des dynamiques raciales et de l'exclusion<sup>4</sup>.

Noiriel<sup>5</sup> s'accorde également sur le principe de cette évolution ; il explique ainsi qu'« en 1945, les discours xénophobes et antisémites qui avaient servi aux régimes totalitaires pour légitimer leur domination sont massivement rejetés. [...] Dans une grande partie de l'opinion, les références à la nation deviennent obsolètes. Mais à partir des années 1980, le retournement de la conjoncture provoque une nouvelle inversion de tendance. L'immigré et "l'identité nationale" redeviennent des thèmes majeurs dans le discours de la

droite et l'extrême droite» et précise que, si l'hostilité à l'égard des étrangers reste forte dans une fraction des classes populaires dans l'immédiat après-guerre, les professionnels de la politique veillent cependant à ne pas exploiter cette thématique.

Cette évolution des discours politiques sur l'immigration semble en grande partie pouvoir s'adapter au parcours de la politisation de la question étrangère en Suisse. Si l'on constate que les interventions politiques thématiques sur la présence des étrangers se multiplient au cours des dernières années, on note cependant également que les débats sur ce thème participent d'une longue tradition helvétique.

Arlettaz et Arlettaz<sup>6</sup> remarquent effectivement que la question des étrangers suscite une campagne au sein de l'opinion publique dès 1909, mais que le recours à l'initiative populaire sur les questions migratoires n'apparaît qu'à partir des années 1960 et que cette pratique n'a eu de cesse, depuis, de s'intensifier. La naissance de la «question étrangère» trouve cependant sa source dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, période à laquelle la Confédération entreprend de développer un suivi statistique de la population au niveau national. C'est alors qu'apparaît pour la première fois l'idée d'un risque de surpopulation étrangère. Cette notion s'infiltrera peu à peu dans la conscience nationale, pour en devenir un élément récurrent.

La Suisse a, durant de nombreuses années, refusé de se définir comme un pays d'immigration. Et ce à raison, puisqu'elle fut durant les premières périodes de son histoire une terre d'émigration et non d'immigration. Jusqu'à la fin des années 1880, le solde migratoire du pays est effectivement négatif. La Confédération ne connaît ainsi sa première vague migratoire qu'à partir de 1888. Celle-ci s'étend jusqu'à la Première Guerre mondiale. Le premier conflit mondial fait alors diminuer le nombre d'étrangers arrivés en Suisse et ce n'est qu'à la fin de la Seconde Guerre mondiale que le pays connaîtra une nouvelle phase d'immigration vers son territoire.

Lorsque la peur d'une potentielle surpopulation étrangère surgit pour la première fois dans les débats publics, les acteurs politiques envisagent la naturalisation comme un moyen pour réduire le nombre d'étrangers résidant dans le pays. Une première loi fédérale sur l'acquisition de la nationalité est publiée en 1903. Mais la perspective libérale du gouvernement en la matière change au moment de l'éclatement du conflit de 1914-1918. Dès lors, les candidats à la naturalisation se devront effectivement de prouver leur capacité et leur volonté de s'assimiler aux valeurs du pays pour pouvoir prétendre acquérir la citoyenneté. Ce changement conceptuel pose ainsi la pierre angulaire de la politique de naturalisation qui perdure encore aujourd'hui<sup>7</sup>.

La Première Guerre mondiale marque également l'avènement d'une constante du discours politique suisse : la tradition d'accueil helvétique. Formulée dès le XVI<sup>e</sup> siècle, elle revêt effectivement un caractère mythique tout au long du XIX<sup>e</sup> et perdure, au moins, jusqu'au milieu de la seconde moitié du XX<sup>e</sup>. « Sur le plan extérieur, l'asile est une manifestation d'indépendance, une caution morale qui valorise une politique de neutralité nécessaire au maintien de l'indépendance du pays. [...] Le discours officiel qualifie le droit d'asile comme l'expression de la souveraineté nationale, "une maxime de la politique suisse". »<sup>8</sup> Comme nous le verrons par la suite, cette tradition – du moins rhétorique – d'accueil des réfugiés est fortement remise en question par les acteurs de la droite populiste et xénophobe dès les années 1980.

Nombre d'auteurs s'accordent sur le fait que la persistance sur le long terme et l'extraordinaire influence des mouvements anti-immigrés en Suisse en font un cas exceptionnel en Europe<sup>9</sup>. Au cours des cinquante dernières années, les organisations politiques combattant l'immigration et souhaitant faire diminuer le taux de résidents étrangers sur le territoire ont ainsi eu un impact substantiel sur l'opinion publique et les prises de décision en matière de politique migratoire. La quasi-totalité des interventions politiques de niveau fédéral (votations ou initiatives populaires) se sont ainsi focalisées sur une demande de restriction du phénomène migratoire. « À quelques rares exceptions, les initiateurs expriment des sentiments nationalistes et protectionnistes, voire xénophobes et dénoncent implicitement une politique trop libérale à l'égard des étrangers ou des États étrangers. »<sup>10</sup>

Comme nous l'avons déjà mentionné dans l'introduction de ce travail, la seule initiative demandant une amélioration du statut des étrangers en Suisse est effectivement l'initiative « Être solidaires », qui fut balayée par le peuple en 1981. Les initiatives militant pour un durcissement des conditions de la politique migratoire sont, quant à elles, nettement plus répandues et participent d'une tradition qui reste bien vivace depuis le milieu des années 1960. La première initiative de ce type apparaît effectivement en 1965, lorsque le Parti démocrate zurichois lance son texte visant à limiter le taux de population étrangère à 10 % de la population totale. Tout au long de l'histoire de la politisation de l'immigration, les mouvements anti-étrangers ont été très friands des outils de la démocratie directe et ont ainsi régulièrement réussi à les utiliser à leur avantage. Sans forcément gagner leur combat et faire accepter leurs propositions par le peuple, ceux-ci ont au moins réussi à imposer leur agenda au monde politique.

Parmi les différents aspects de l'immigration ayant « fait l'objet de conflits et de débats importants en Suisse depuis les années 1960 [...], on trouve par ordre chronologique notamment : la peur de la "surpopulation

étrangère” et “l’emprise étrangère”, puis la peur de “l’afflux” des requérants d’asile, le débat sur le « trop » de réfugiés précède celui sur les “vrais/faux” réfugiés, les “abus”, la “criminalité” »<sup>11</sup>. Ce constat de glissement sémantique est régulièrement noté chez différents auteurs ; Arlettaz et Arlettaz<sup>12</sup> remarquent ainsi dans leur étude des initiatives populaires sur l’immigration que les projets soumis à votation sont d’abord dirigés contre une présence étrangère diffuse, mais jugée dangereuse, puis contre les travailleurs immigrés et, finalement, les requérants d’asile. Nous arrivions au même constat lors de la mise en place de l’exposition *L’étranger à l’affiche*<sup>13</sup>.

Les discours actuels sur l’immigration doivent ainsi constamment être mis en perspective avec le cadre dans lequel ils surgissent. « Ils sont le résultat de constructions et reconstructions incessantes depuis les années 1960 [et] l’état actuel des discours [est] le résultat de la communication politique dont ils ont fait l’objet depuis les années 1960. » Il semble ici essentiel d’ajouter que les discours et les pratiques xénophobes « n’ont fait que répéter et systématiser [...] des principes et des formules anti-étrangers, diffusés depuis des décennies par les appareils idéologiques [...] au pouvoir »<sup>14</sup>.

## **L’Überfremdung : notion transversale des discours sur l’immigration**

Le concept de l’*Überfremdung* – littéralement, le trop d’étrangers – constitue un élément essentiel des discours sur l’immigration en Suisse, et cela au travers des décennies. Il fut utilisé pour la première fois dans le contexte politique helvétique, en 1900, par Carl Alfred Schmid, fonctionnaire zurichois qui fut l’un des instigateurs de la théorie d’une identité suisse menacée par l’augmentation de la migration et d’un risque que les Helvètes ne se retrouvent minoritaires dans leur propre pays. Si cette théorie ne fait, au départ, que peu d’adeptes, elle gagne rapidement, au cours du XX<sup>e</sup> siècle, de nouveaux cercles qui semblent réceptifs à cette notion dans le cadre de leur compréhension et de la définition de leur identité nationale et culturelle<sup>15</sup>. Séduisant une certaine élite politique et culturelle, le terme trouve une résonance de plus en plus importante et empreint peu à peu le paysage institutionnel. Avant la Première Guerre, l’*Überfremdung* symbolise avant tout, auprès des intellectuels et des politiciens, la peur d’une emprise culturelle, économique et politique des Allemands. Le terme ne se répand cependant dans les débats publics et les médias qu’au sortir du premier conflit mondial<sup>16</sup> et, profitant de cette nouvelle notoriété, imprègne par la suite les premiers textes législatifs instaurant une police, et, par là même, une politique nationale, des étrangers<sup>17</sup>.

De manière générale, l'*Überfremdung* peut être définie comme une peur des étrangers et de l'altérité<sup>18</sup>, associée à un désir de préserver la patrie de toute évolution. Elle implique l'idée d'une menace, d'un danger potentiel émanant des personnes d'origine ou de culture étrangère. L'étranger est alors perçu comme une catégorie stéréotypée de personnes et non plus de manière individuelle. Cette perception engendre une volonté d'exclure le groupe socialement ségrégué. Cette stratégie rhétorique opère ainsi selon une perspective dialectique: d'un côté, elle suppose le fait que l'identité propre et le groupe d'appartenance sont menacés; de l'autre, la notion d'*Überfremdung* établit et renforce l'identité propre en mettant le doigt sur les différences et distinctions avec l'Autre<sup>19</sup>.

L'*Überfremdung* représente, en résumé, «le vecteur par excellence d'une idéologie nationaliste armée pour lutter et pour éradiquer tout ce qui n'est pas considéré comme authentiquement suisse»<sup>20</sup>. Deux volets sont donc nécessaires au développement de cette argumentation: d'un côté, la défense d'une identité nationale et d'une patrie idéalisée; de l'autre, le refus de tout ce qui n'est pas considéré comme faisant partie de cet idéal-type. Une fois de plus, l'on peut remarquer à quel point la construction d'un sentiment d'appartenance nationale repose sur la définition d'un Autre, d'un *alter* presque toujours considéré comme une menace pour l'identité.

L'*Überfremdung* est ainsi un argument extrêmement efficace et «se répète en toute occasion parce qu'il recouvre tous les maux qui naissent d'excès d'étrangers, excès jamais chiffré»<sup>21</sup>. Elle sert ainsi de moyen de justification et d'explication pour une large série de problèmes sociaux, politiques, économiques ou environnementaux (concurrence sur le marché du travail, chômage, crise économique, perte de la culture et des valeurs traditionnelles, déficit de l'État providence, spéculation financière, urbanisation, saturation des transports publics, etc.) et suit ainsi une perspective très proche de celle du bouc émissaire, rendant le «trop d'étrangers» responsable de tous les égarements et tous les échecs de la société en question et de son appareil étatique.

Schématiquement, Kury<sup>22</sup> identifie deux phases de haute conjoncture politique dans le débat sur l'*Überfremdung*:

- 1) Les années 1930, qui correspondent à une période marquée par une profonde crise identitaire et à une situation économique tendue, notamment au regard du taux de chômage élevé durant ces années;
- 2) Les années 1965-1975: cette seconde période d'avènement des discours sur l'*Überfremdung* peut, quant à elle, se résumer en quatre grandes phases<sup>23</sup>:

- a. 1961-1965: du malaise général à l'initiative populaire: phase de préparation et de réactivation du débat, en premier lieu au sein des syndicats, puis par le Parti démocrate zurichois, qui lance en 1965 la première initiative « Contre la pénétration étrangère ».
- b. 1965-1970: la percée du mouvement national contre la surpopulation étrangère.
- c. 1971-1974: de l'initiative à l'avènement du mouvement: le quasi-succès de l'initiative soumise à votation le 7 juin 1970 et le raz-de-marée inattendu provoqué par celle-ci stimule le développement d'un mouvement anti-étrangers. Divers organismes auparavant disparates et mal organisés forment alors une coalition dans le dessein de mieux coordonner leurs actions futures.
- d. 1975-1981: le déclin du mouvement contre la surpopulation étrangère: les acteurs « historiques » du mouvement perdent du terrain, jusqu'à disparaître pour certains; ceux qui subsistent se réorganisent, pour la plupart, sous de nouvelles dénominations ou de nouvelles orientations idéologiques. Dans ce contexte en mutation, de nouvelles organisations se profilent sur le terrain de partis anti-immigration, notamment Vigilance ou le Parti des automobilistes<sup>24</sup>, alors que les anciennes comme l'Action nationale tendent à se radicaliser<sup>25</sup>. On assiste ainsi progressivement à une diversification des acteurs plaidant pour un durcissement de la législation sur les étrangers et une défense de l'idée nationale. Le contexte se modifie et laisse ainsi le champ libre pour le déploiement d'une nouvelle phase d'avènement de la rhétorique protectionniste.

Chacune de ces deux phases identifiées par Kury se caractérise par l'emploi d'une argumentation identique sur la politique migratoire construite sur deux schémas fondamentaux<sup>26</sup>. Premièrement, un discours double de l'*Überfremdung*, qui se focalise, d'un côté, sur la perte de la particularité, des spécificités de l'identité suisse, de l'autre, sur la peur que le pays soit submergé par l'arrivée de migrants. Contrairement aux années 1930, la seconde période d'avènement de la rhétorique de l'*Überfremdung* se caractérise cependant par le fait qu'elle se développe dans un contexte de haute prospérité. La conjoncture économique et politique ne semble ainsi pas jouer un rôle dans cette seconde phase qui reste cependant marquée par un sentiment de crise identitaire et une angoisse de retour à la crise des années 1930, qui sont tous deux profondément ancrés dans la conscience collective.

## De la fin du XIX<sup>e</sup> siècle aux années 1960

La question étrangère surgit en fait en Suisse de manière brutale dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. En 1883, les émeutes de la Käfigturm à Berne et l'*Italienerkrawall* de 1896 à Zurich marquent les premières manifestations publiques connues d'une xénophobie explicite. Dirigés contre les travailleurs italiens, molestés et violentés, ces deux événements peuvent être « considérés comme l'expression d'une crise de la modernisation [au cours desquels] les Italiens [...] servirent de boucs émissaires : on les rendit responsables des changements économiques et sociaux »<sup>27</sup> et de la dégradation des conditions des travailleurs, notamment dans le domaine du bâtiment. Ces émeutes constituent une illustration d'un changement dans la perception des « menaces » sociales. Avant la fin de XIX<sup>e</sup> siècle, « les discours sécuritaires étaient déconnectés du discours national. Ce ne sont pas les étrangers qui posent problème, mais les « classes laborieuses », qui sont perçues par les nantis comme des « classes dangereuses »<sup>28</sup>. La menace n'était alors pas perçue comme provenant de l'étranger, mais bien des classes populaires.

À la suite de ces premières marques de violence et à l'escalade d'une crise sociale qui aboutit, à la sortie de la Première Guerre mondiale, à la grève générale de 1918, intellectuels et politiques sentirent le besoin de renforcer le sentiment d'identification patriotique et de lutter contre l'influence supposément grandissante des idéologies allogènes et tout particulièrement du communisme et de son engouement pour la lutte des classes. C'est de ce contexte d'insécurité – du moins ressentie – grandissant que sont formulées les nouvelles bases de la politique étrangère, notamment l'instauration du jus sanguin<sup>29</sup> et du changement de paradigme quant à l'octroi de la nationalité suisse qui s'ensuivit. Le discours autour d'une surpopulation potentielle, menaçante, manifeste ou évitée de justesse<sup>30</sup> trouve ainsi un terrain d'implantation fertile lui permettant de devenir l'une des dimensions sémantiques les plus prégnantes des discours politiques suisses tout au long du XX<sup>e</sup> et au-delà. La thématization et la problématisation de l'étranger et du soi, des mécanismes d'exclusion et de construction identitaire<sup>31</sup> trouvent effectivement ici les bases de leurs conceptions, conceptions qui ont toujours voix au chapitre aujourd'hui. Formulée dans le monde politique dans le contexte si particulier de la fin immédiate de la Première Guerre mondiale, et donc de la peur d'une potentielle invasion du pays par les militaires démobilisés, des personnes anciennement établies en Suisse, des socialistes, des anarchistes<sup>32</sup>, etc., la théorie de l'*Überfremdung* prend ses marques et devient durablement l'emblème des discours nationalistes, protectionnistes et du rejet de l'Autre.

L'origine d'un questionnement sur la présence d'étrangers sur le territoire est ainsi le résultat de processus multiples: d'un côté, un phénomène de crise sociale; de l'autre, le développement de l'État social et la mise en place d'une statistique nationale qui démontre, dès 1880, l'existence d'une présence étrangère croissante. S'infiltrant petit à petit dans la conscience nationale, ce questionnement devient dominant à partir de 1910. «[Il] traduit en premier lieu une crainte politique de dysfonctionnement d'un système politique fondé sur une population n'ayant ni les mêmes droits, ni les mêmes devoirs. Progressivement, [il] devient une question d'identité qui met en évidence l'appartenance à une communauté nationale.»<sup>33</sup> Cette évolution idéologique et discursive aboutit, nous l'avons déjà dit, à un durcissement des conditions d'octroi de la nationalité suisse, mais aussi des conditions d'accueil des réfugiés. L'État fédéral s'engage ainsi dans un «processus de création d'un nouvel espace national puis social intégré qui tend à exclure la participation des étrangers»<sup>34</sup>. À cela s'ajoutent une modification du profil des étrangers arrivant dans le pays, ceux-ci étant de plus en plus fréquemment des opposants politiques issus des mouvances socialistes ou anarchistes, et la diffusion des doctrines frontistes qui connaissent un succès grandissant dans le contexte politique sous pression de l'entre-deux-guerres.

La nouvelle mouture de l'*Überfremdung* se répand de manière de plus en plus prégnante et se manifeste également dans les discours visuels déployés par les partis de l'époque. En 1919, la menace étrangère et l'idée de la défense de la patrie face à cette menace supposée sont ainsi symbolisées explicitement dans l'affiche «Bas les pattes! La Suisse aux Suisses» de Kammüller (figure 8).

Mettant en scène un guerrier vigoureux repoussant une créature monstrueuse pourvue de serres crochues et de deux têtes dont les becs acérés crachent un filet de fumée noire, l'affiche instaure un discours fortement connoté. La scène de combat se déroule sur un arrière-plan bien particulier: la trame rouge à croix blanche du drapeau national. Dans la partie inférieure gauche de l'image, on distingue, dessinés en noir, les traits d'une ville en feu et, dans la partie inférieure droite, une scène campagnarde où un homme laboure son champ, un massif montagneux se dessinant derrière lui. À ces éléments iconographiques s'ajoutent deux insertions textuelles toutes deux imprimées en lettres noires: la première à l'extrémité supérieure clame «*Klauen weg!*» («Bas les pattes!»); la seconde, à l'extrémité inférieure, ajoute «*Die Schweiz der Schweizern*» («La Suisse aux Suisses»).

Le guerrier valeureux, référence directe de la figure mythique du *Waldstätten*, symbolise le peuple suisse appelé à combattre la menace représentée par la créature. Cette menace, dont les traits sont empreints de référence aux créatures de la mythologie antique, est désignée de manière floue et

►  
Figure 8  
*Die Schweiz  
den Schweizern*  
(Paul Kammüller,  
1919).  
(Bibliothèque  
de Genève,  
Da 2532)

**KLAUEN WEG !**



**Die Schweiz den Schweizern**

impersonnelle. Elle semble surgir de nulle part, mais avoir un objectif précis, celui de s'introduire dans le territoire défendu par l'homme courageux. Les images à l'arrière-plan symbolisent les conséquences potentielles selon l'issue du combat. La ville en feu représente la désolation, l'agitation et la destruction qu'engendrerait la victoire de la créature. L'homme labourant son champ symbolise, quant à lui, le calme, la valeur du travail et la prospérité préservés si l'attaque de l'hydre est repoussée.

Sur des tons rouge et blanc hautement symboliques, faisant d'un côté référence aux couleurs nationales, de l'autre à l'idéologique communiste, le message construit dans le cadre de cette production visuelle est extrêmement clair. La nation suisse, représentée par l'homme courageux et volontaire, le drapeau, le massif montagneux et le travail de la terre sont menacés par une créature monstrueuse dont les éléments physiques démontrent la perfidie. Ses serres et ses becs crochus [zoomorphisation] démontrent effectivement son avidité et les filets de fumée noire émanant de ses becs sont des présages de mauvais augure. Si la figure de la menace ne comporte que peu de caractéristiques visuelles permettant de l'identifier clairement (on peut cependant supposer qu'au vu de sa couleur rouge, l'émetteur du message souhaite désigner le bolchévisme), les éléments textuels ne laissent, quant à eux, que peu de doutes. En clamant « Bas les pattes ! La Suisse aux Suisses », le slogan désigne très clairement l'étranger, le non-Suisse.

Exaltant les vertus de la patrie (l'ordre, le travail, la vie pastorale, etc.) et les opposant clairement à la destruction engendrée par l'infiltration étrangère dans le pays, l'affiche offre un excellent aperçu de la notion d'*Überfremdung* telle qu'elle est comprise dans la première moitié du XX<sup>e</sup> siècle. L'image convoque des éléments iconographiques hautement symboliques afin de légitimer son message et convaincre le récepteur de la pertinence de son argumentation. En faisant référence au mythe national du guerrier farouchement indépendant qui refuse toute emprise (et, ici, l'emprise est parfaitement représentée par la figure mythologique de la créature) étrangère, l'affiche exprime clairement la menace perçue dans l'infiltration d'une idéologie « étrangère ». Le communisme est perçu comme source de destruction d'une Suisse idéalisée qu'il s'agit, ici, de préserver. L'*Überfremdung* est donc avant tout ici une menace d'ordre culturel, dont les conséquences seraient dramatiques pour l'avenir du pays.

Les étrangers et leur nombre trop important sont plus explicitement désignés dans l'affiche de Plattner (figure 9) produite en 1922 dans le cadre d'une votation à Bâle. Alors qu'un homme dodu distribue à la volée des pièces d'or du haut de l'Hôtel de Ville de la cité, une horde d'individus divers se ruent,

►  
Figure 9  
*Extragabe  
an Ausländer  
2 mal nein*  
(Otto J. Plattner,  
1922).  
(Bibliothèque  
de Genève,  
Da 2732)



**Extragabe an  
Ausländer  
2 mal  
NEIN**

mains ouvertes et tendues, vers la manne. Ces derniers viennent de passer une barrière douanière laissée ouverte. De l'autre côté de la frontière, délimitée clairement par une ligne de barbelés et les panneaux « *Ausland* » (« l'étranger »<sup>35</sup>) et « *Basel* » (« Bâle »), deux hommes, l'un portant la tenue traditionnelle des armaillis, l'autre une brassière avec un drapeau suisse sur le bras gauche, sont jetés à coups de pied hors de petites maisonnettes. Sur le quart inférieur gauche de l'image figurent les mentions suivantes: « *Extragabe an Ausländer, 2 mal NEIN* » (« Don supplémentaire aux étrangers, deux fois non »).

Les identités des différents protagonistes sont clairement assignées par diverses caractéristiques physiologiques et vestimentaires. L'homme juché sur l'Hôtel de Ville porte une tenue aux couleurs des armoiries du canton de Bâle-Ville. Le *Rathaus* est de plus le siège du gouvernement cantonal et communal. Les six hommes franchissant la frontière helvétique disposent tous de caractéristiques physiques et vestimentaires bien particulières: un homme a la peau jaune, le visage totalement rond, un sourire figé, des yeux bridés et une jupe noire; un autre, une peau dorée, un nez courbé, une moustache et un costume traditionnel rappelant ceux de la Turquie; un troisième a la peau noire, les yeux exorbités et les lèvres larges et épaisses; ou un quatrième a la peau blanche, un visage émacié et un costume rappelant la tenue alsacienne traditionnelle. Les deux derniers hommes sis dans la « partie étrangère » de l'affiche portent quant à eux des éléments vestimentaires indiquant leur appartenance à la nation helvétique. Leurs traits physiques ne se distinguent cependant par aucune caractéristique particulière, on ne constate donc pas de physionomisation pour les deux ressortissants suisses, au contraire des six hommes décrits plus haut. En sus de ces différents individus, un dernier protagoniste vient se greffer sur l'image; un chat noir se trouve effectivement sur le toit de l'Hôtel de Ville, à la droite de l'homme joufflu. Le félin, gueule ouverte et griffes sorties, tire avec sa queue sur une cordelette actionnant une cloche.

L'argumentation développée dans cette affiche correspond également à une représentation de la menace étrangère telle qu'elle était comprise dans les années 1920. Les étrangers, dont les traits exagérés ont de fortes connotations racistes, et les mains crochues, selon une perspective physiognomonique, induisent l'idée d'une grande avidité, sont représentés comme une masse s'engouffrant par la brèche laissée ouverte. Ceux-ci accourent – et rien ne laisse supposer que d'autres ne viendront pas s'y ajouter, bien au contraire –, profitant sans aucun scrupule de la manne qui s'offre à eux. Dans le cadre de cette image, les autorités en prennent cependant également pour leur grade. Celles-ci sont effectivement ouvertement accusées de creuser le déficit de la ville (comme l'indique la mention « *Defizit* » sur le sac de jute) par leur laxisme et leur volonté

de distribuer à tout-va l'argent du contribuable. Elles sont rendues d'autant plus coupables qu'elles agissent de la sorte sans se préoccuper du sort de leurs ressortissants, qui sont, eux, présentés comme étant maltraités par les autres pays. Pour renforcer le côté alarmiste du discours déployé, Plattner convoque un symbole annonciateur de malédiction : le chat noir.

Une fois de plus, le discours de l'*Überfremdung* est clairement exprimé par le biais de l'image. Des étrangers arrivant en nombre sur le territoire suisse menacent la prospérité et le bien-être de la nation. Ce discours prend ainsi tout son sens lorsqu'on le remplace dans le contexte de l'émergence, durant la période de l'entre-deux-guerres, d'une réflexion sur la potentielle mise en place de l'État providence et la crainte grandissante que des non-citoyens profitent des institutions sociales qui seraient alors créées. L'argumentaire joue également sur deux dimensions que l'on rencontre, du moins sur le plan de la communication politique par l'affiche, pour la première fois : une rhétorique anti-élite et l'imposition de l'idée d'un traitement inégalitaire des citoyens suisses par rapport aux personnes d'origine étrangère. Les autorités sont ainsi accusées d'accorder plus d'attention aux ressortissants étrangers qu'aux citoyens suisses. Cette notion d'injustice reviendra à diverses reprises pour justifier le refus ou le retrait de certains droits aux étrangers. La rhétorique anti-élite deviendra, quant à elle, un classique des discours populistes, mettant notamment les échecs de l'État sur le dos du laxisme de leurs opposants politiques. On remarque donc une double stratégie argumentative : d'un côté, celle du bouc émissaire, de l'autre, celle de l'opposition binaire « Suisse vs étrangers » ainsi que « peuple vs élite ».

La représentation de l'étranger sous des traits physiques stéréotypés, ainsi que l'assignation de caractéristiques morales selon ces traits, est également un classique de la communication visuelle xénophobe. L'image des étrangers telle qu'elle est présentée ici traduit une vision négative d'un certain type de population, présentée comme fainéante, profiteuse et sans scrupule. Elle induit l'idée d'une présence étrangère néfaste et corrosive pour le pays et ses institutions. Elle traduit une perception de l'*Überfremdung* fondée sur le nombre, notamment dans une perspective économique et sociale, ainsi que sur le dénigrement des caractéristiques morales des étrangers et l'attribution de ces caractéristiques selon une perspective physiognomonique. On peut également remarquer que le discours visuel établi par cette affiche offre une vision dégradante de tous les étrangers, peu importe leur origine. Le voisin alsacien vivant à quelques kilomètres ou le migrant chinois ayant traversé les continents sont mis sur un pied d'égalité et dépeints de manière identique. Tout ce qui est considéré comme étranger est ainsi, indifféremment, rejeté et considéré comme néfaste à la Suisse.

Ces deux affiches illustrent ainsi parfaitement deux aspects fondamentaux<sup>36</sup> de l'idéologie de l'*Überfremdung*:

- 1) Le registre du nombre: «la Suisse risque d'être étouffée par l'immigration», tant d'un point de vue social, économique et structurel qu'environnemental. Ce registre fait également écho à la fameuse formule «la barque est pleine» prononcée par Rothmund, chef de la police fédérale, en pleine Seconde Guerre mondiale pour justifier la fermeture des frontières;
- 2) Le registre de l'esprit: qui comporte deux volets: d'un côté, l'idée que l'immigrant déforme et met en péril les mœurs et valeurs nationales; de l'autre, la menace d'une «conquête de la Suisse menée par ses grands voisins», notamment l'Allemagne. On retrouve ici un élément mythique du récit de la construction identitaire nationale: celui de la lutte contre l'envahisseur étranger.

Clavien<sup>37</sup> traduit très bien la nature de l'esprit nationaliste du début du XX<sup>e</sup> siècle dans cette citation tirée des «*Feuillets*», une revue politico-culturelle ayant grandement contribué à la diffusion de la doctrine helvétiste: «La Suisse est menacée dans ce qui fait sa force et son originalité, dans ses traditions, dans son intégrité nationale; nos plus grandes villes sont submergées par des étrangers, qu'elles devraient assimiler; [...] on voit exploiter nos Alpes jusqu'au dernier rhododendron et au dernier caillou.» Trois visages de la menace étrangère sont ainsi clairement établis: l'immigration, le tourisme ou l'«industrie des étrangers», comme on l'appelait parfois à l'époque, et l'emprise économique et/ou politique des grands pays voisins.

Avec la fin de la Première Guerre mondiale et le maintien des tensions géopolitiques, la «défense nationale spirituelle» devient, dans une perspective culturelle protectionniste, l'une des préoccupations principales des décideurs politiques. Cette crispation identitaire se manifeste notamment par un anti-communisme virulent et les difficultés économiques que traverse la Suisse dès 1920 favorisent l'émergence de la figure de l'«étranger profiteur», comme nous avons pu le voir dans l'affiche créée par Otto Plattner en 1922 (fig. 9, page 71).

Le climat politique tendu marque le lancement de la première initiative anti-étrangers<sup>38</sup>, l'«*Ausländerinitiative*»<sup>39</sup>, qui réclame une restriction des conditions d'octroi de la nationalité (en concordance avec le changement de paradigme établi dans ce domaine) et un durcissement de la législation concernant l'expulsion des étrangers «indésirables». Deux thématiques que l'on retrouve dans les initiatives lancées ces dernières années par l'UDC. Ce texte inaugure ainsi «une longue série de projets de révisions ayant pour objet la

présence et les influences étrangères en Suisse ». La volonté de réformer la législation sur la procédure de naturalisation participe effectivement d'un processus de réflexion entamé sur les spécificités de l'identité suisse et des caractéristiques, entre autres morales, nécessaires pour y accéder. De plus en plus, l'étranger est perçu comme un élément dissolvant de cette identité qui opère, en quelque sorte, un travail de « dénationalisation » des valeurs autochtones<sup>40</sup>.

Cette compréhension de la menace étrangère s'avère ainsi être un élément de plus en plus important dans les discours politiques et devient, dès la fin des années 1930, un outil de justification extrêmement utile dans l'argumentation établie en faveur d'une politique restrictive de l'accueil des réfugiés, notamment juifs<sup>41</sup>. L'implémentation en 1931, puis en 1934, de la loi fédérale sur le séjour et l'établissement des étrangers donne, de plus, aux autorités la légitimité d'établir une politique de repli identitaire. La Seconde Guerre mondiale accentue encore ce phénomène. « La défense nationale et la raison renforcèrent leur prépondérance, et l'égoïsme sacré infléchit encore davantage la politique d'accueil vers la fermeture. »<sup>42</sup> De manière générale, Arlettaz et Arlettaz<sup>43</sup> remarquent également qu'« une politique sélective et restrictive d'immigration s'est substituée à une politique d'assimilation par la naturalisation ». La rhétorique visuelle de la menace étrangère a ainsi fortement marqué les esprits et l'idée d'un risque d'*Überfremdung* et de dissolution de l'identité s'est profondément implantée dans la conscience collective. Les réflexes identitaires s'en trouvent renforcés et l'argumentation d'une nécessaire préservation de la patrie et de ses traditions se trouve promue au rang d'intérêt national primordial. Tout ce qui est perçu comme non suisse est alors rejeté et considéré avec la plus grande méfiance.

Les conflits mondiaux entraînent une diminution du nombre d'étrangers sur le territoire helvétique, diminution que la plupart des élites politiques et culturelles refusent d'admettre. L'immigration vers le pays reprend avec la fin de la Seconde Guerre mondiale, de manière relativement chaotique<sup>44</sup>, sur le modèle du principe de la rotation des travailleurs étrangers.

En Suisse, les années 1950 sont avant tout marquées par une série de problèmes sociaux et d'infrastructure liés à la reprise extrêmement rapide des activités économiques dès la fin du conflit, mais aussi au manque de réactivité des autres domaines sociétaux, qui peinent à s'adapter à l'évolution fulgurante de l'industrie. Pour faire face au dynamisme de l'économie, les dirigeants d'entreprise se voient ainsi contraints de se tourner vers l'emploi de main-d'œuvre étrangère, la main-d'œuvre indigène étant bien loin de suffire pour couvrir les besoins. La population nationale se voit alors une nouvelle fois « confrontée à divers problèmes sociaux et d'infrastructure, dont la responsabilité est attribuée aux étrangers »<sup>45</sup>.

Dès le début des années 1950, ce sont les syndicats qui se préoccupent les premiers du sentiment de malaise d'une certaine frange de la population et remettent la question de la lutte contre l'emprise étrangère sur le terrain. L'Union syndicale suisse (USS) a, à l'époque, notamment toujours lutté « contre l'embauche de travailleurs immigrés considérée comme un frein salarial »<sup>46</sup>. On retrouve ici l'argument de dumping salarial, déjà présent dès les premières émeutes (« *Italienerkrawalle* ») anti-étrangers et que l'on rencontre toujours dans les discours politiques actuels, notamment lors des discussions sur la libre circulation des personnes issues de l'Union européenne et des mesures d'accompagnement en la matière. Si les discours des syndicats restent avant tout basés sur des arguments de type économique, on note cependant une nette méfiance de la population, notamment ouvrière, envers les étrangers. Arlettaz et Arlettaz<sup>47</sup> résumant ainsi parfaitement l'état d'esprit qui anime une partie des citoyens du pays : « Dès la fin des années 1950, la crainte d'une surchauffe économique inquiète. En outre, l'absence d'une politique d'intégration et d'assimilation des étrangers<sup>48</sup>, cumulée à une adaptation insuffisante des infrastructures, à un marché du logement saturé et à une hausse des prix, renforce les clivages entre les populations étrangères et nationales, en particulier au sein des classes défavorisées. »

### **Crise sociale et renouveau de l'« *Ausländerproblem* »**

Pour expliquer les causes de la réactualisation du concept de l'« *Überfremdung* » dans les discours politiques des années 1960, il faut, en quelques mots, retracer le contexte culturel et social si particulier de cette décennie. Sortie à peu près indemne de la Seconde Guerre mondiale, la Suisse fait face, dès les années 1950, à une modernisation graduelle accompagnée par une croissance économique importante, mais qui reste pourtant envisagée comme temporaire. La peur de la récession se fait déjà fortement ressentir, quand bien même l'essor industriel persiste dans son élan. Durant cette période d'expansion florissante, le système de production connaît un besoin accru de main-d'œuvre, besoin notamment comblé par l'afflux de travailleurs issus des pays du sud de l'Europe. La venue de ces ouvriers, appelés tout d'abord « *Fremdarbeiter* » puis, par la suite, « *Gastarbeiter* », est facilitée par la politique des autorités fédérales en la matière, notamment lors de la conclusion de l'accord italo-suisse de 1948. Dès le début des années 1950, le nombre de travailleurs étrangers augmente rapidement. Parallèlement à la venue de migrants italiens, qui constituent la grande majorité de ces apports humains, arrivent aussi les premiers ouvriers d'origine espagnole. Cette arrivée de travailleurs immigrés n'est pas sans

engendrer diverses réactions au sein de la société civile suisse. Les premiers acteurs sociaux à réagir à la venue de ces nouveaux éléments sur le marché du travail sont les syndicats.

Dès 1957, Arthur Steiner, alors président de l'Union syndicale suisse (USS), laisse planer les premiers signes de méfiance à l'égard des ouvriers issus de l'immigration. En 1959, lors d'une manifestation syndicale se déroulant dans les rues de Genève, l'on proteste contre l'arrivée des saisonniers italiens venus pour « manger le pain des chômeurs »<sup>49</sup>. Les arguments avancés présentent les travailleurs italiens comme des concurrents sur le marché du travail. Les syndiqués les accusent notamment d'accepter des salaires plus bas que les ouvriers suisses, ce qui entraînerait un phénomène dit de « dumping salarial ». Ces arguments fondés sur une dimension économique et conjoncturelle s'expliquent, entre autres, par le fait que le développement des structures sociales n'a pas réussi à suivre la cadence rapide de l'expansion économique. Cette lacune a des conséquences visibles sur les conditions de vie des salariés ainsi que sur des composantes plus macrosociales telles que la planification environnementale ou l'urbanisme. Il en résulte un phénomène de « surchauffe sociale » qui s'illustre, entre autres, par la crise du logement. L'USS n'hésite pas à dénoncer ces insuffisances « dans l'intérêt de la paix sociale »<sup>50</sup>. L'opposition aux immigrés au sein même de la classe ouvrière est alors importante.

À l'approche des années 1960, les choses ne semblent guère s'améliorer et la « saturation sociale » s'accroît encore davantage. La Suisse entre dans une phase de crise sociale, de profonde remise en question : c'est le « malaise helvétique »<sup>51</sup>. Les attaques contre les autorités fédérales se font de plus en plus fréquentes. Différents scandales comme l'« affaire des Mirages », la question de l'armement nucléaire ou le séparatisme jurassien égratignent la définition de l'identité suisse, exprimant et induisant une crise des valeurs helvétiques. Dans ce contexte, la politique migratoire n'échappe pas à la vindicte publique. Le modèle de rotation est remis en question dès la fin des années 1950. En parallèle, les pays de provenance des « *Fremdarbeiter* » revendiquent de plus en plus de droits pour leurs émigrés. Les instances fédérales se doivent de réagir et acceptent, en 1964, de renégocier l'arrangement italo-suisse de 1948 sur la migration.

Une nouvelle mouture de l'*Überfremdung* fondée avant tout sur des arguments économiques et structurels apparaît et commence à se manifester dans les discours visuels. En 1965, les Suisses sont appelés à se prononcer sur deux objets fortement marqués par le climat sociopolitique de la décennie : un premier arrêté fédéral visant à lutter contre le renchérissement dans le domaine du crédit, de l'argent et des capitaux et un second arrêté portant sur le

renchérissement dans le domaine de la construction. Pour la première fois, et dans ce contexte bien particulier, la mention de l'*Überfremdung* apparaît explicitement dans la rhétorique construite autour d'un objet de votation de niveau fédéral. Par effet de miroir, c'est également la première fois que cette mention est imprimée telle quelle sur une affiche politique.

Produite dans le cadre de la votation du 28 février 1965 par le *Schweizer Aktionskomitee für eine gesunde Volkswirtschaft* (Comité suisse d'action pour une économie saine), cette affiche (figure 10) synthétise parfaitement la représentation de l'*Überfremdung* telle qu'elle est perçue au milieu des années 1960.

Plusieurs couches figuratives constituent la trame d'arrière-fond de cette affiche. Sur un fond gris verdâtre (dont la texture et la couleur ont certainement pour fonction de rappeler celles du béton), se dessinent les contours de deux grandes tours HLM. Certaines de leurs fenêtres sont foncées, d'autres claires. Par-dessous ces deux bâtiments, une seconde « couche » met en scène un certain nombre de silhouettes grises. Dans la partie supérieure gauche, trois hommes portant un chapeau et munis d'attachés-cases marchent vers le centre de l'affiche. En dessous de ceux-ci et à peu près au centre de l'image, une autre silhouette grise, plus grande, semble courir vers la gauche de l'affiche. Dans la partie inférieure gauche de l'affiche, une silhouette grise supplémentaire semble assise sur le sol. Elle regarde vers le ciel, une main protège son regard du soleil. Sur la partie droite de l'image, un peu en dessous du milieu, un groupe de six autres silhouettes grises aux traits masculins semblent discuter. Finalement, sur la partie inférieure de l'affiche, une série de personnes peintes de blanc ou noir viennent s'ajouter aux autres silhouettes. Certaines d'entre elles apparaissent dans des cases qui rappellent les planches de BD, d'autres sont simplement apposées librement. On en dénombre une quarantaine. Dans la case supérieure droite, on distingue deux silhouettes noires, qui semblent assises, regardant vers la gauche de l'image. Derrière elles, une petite dizaine de silhouettes blanches se dessinent. Au milieu d'elles, un homme a le bras levé et plié, comme s'il s'accrochait à quelque chose. Sa position fait penser à celle des passagers de bus restés debout et qui se tiennent aux barres à disposition.

Quatre nouvelles silhouettes, cette fois rouges, viennent se superposer sur cette première couche constituée de nombreuses silhouettes grisées et d'autres éléments du paysage urbain. De taille relativement grande, ces quatre nouvelles silhouettes possèdent des postures très différentes. Sur la partie supérieure droite de l'image, un homme semble s'enfuir. Il court, le visage tourné vers l'arrière, comme s'il observait la personne ou la chose de laquelle il veut s'éloigner. Plus à gauche, une femme figure pieds nus, la tête en bas et le regard livide. En dessous d'elle, dans le coin inférieur gauche de l'image, une troisième

►  
Figure 10  
*Schluss mit  
Überfremdung*  
(Inconnu, 1965,  
droits réservés).  
(Bibliothèque  
nationale suisse,  
Cabinet des  
estampes :  
Collection  
d'affiches)

Schluss mit  
Inflation Überfremdung Spekulation

Konjunkturbeschlüsse

2x ja



silhouette replie ses mains sur son corps et son visage et lance un regard inquiet. Finalement, à sa droite, une dernière silhouette rouge lance, elle aussi, le même type de regard préoccupé. Elle lève un bras, comme si elle souhaitait se protéger d'une quelconque menace. Surmontant ces différents éléments iconographiques, plusieurs mentions textuelles viennent s'ajouter au contenu du message. Tout en haut de l'image, le slogan «*Schluss mit*» («En finir avec»), puis sur la ligne en dessous «*Inflation Überfremdung Spekulation*» («inflation, surpopulation étrangère, spéculation»). Puis le mot d'ordre «*Konjunkturbeschlüsse 2x Ja*» («Votations sur la conjoncture 2x oui»).

La lecture de cette image engendre une première sensation de malaise, très certainement due à la densité des symboles convoqués et à la désorganisation qui semble y régner. Ce sentiment se trouve, de plus, renforcé par les visages inquiets des silhouettes rouges au premier plan. Cependant, la menace semble diffuse, voire absente, on ne parvient guère à distinguer l'origine des tourments des personnages figurés. Les différents acteurs représentés sur l'affiche n'ont d'ailleurs que très peu de caractéristiques physiques ou vestimentaires particulières. On distingue simplement des hommes et des femmes anonymisés, dont on ignore l'appartenance ethnique, nationale ou sociale. Seuls trois personnages semblent avoir des traits plus singuliers: les trois hommes figurant dans le coin supérieur gauche de l'image sont ainsi affublés de chapeaux et de mallettes symbolisant certainement leur appartenance au milieu des affaires.

On note clairement, dans le cadre de la scène représentée sur l'affiche, la volonté de l'émetteur de transmettre une vision apocalyptique de la réalité, de souligner l'état néfaste de la situation actuelle. Le contenu iconographique n'apporte par contre que peu d'éléments permettant d'identifier les déterminants de ce malaise. On peut simplement noter le contexte urbain (les tours HLM, les références possibles aux transports publics) et la saturation de l'espace. L'affiche est «pleine», voire trop pleine – pleine de constructions, pleine de gens, etc. Mais, si l'on s'en tient au discours uniquement visuel, il est difficile de déterminer les causes de cette saturation. Seuls les éléments textuels permettent d'identifier clairement les responsables: les promoteurs immobiliers et les businessmen, dont les pratiques engendrent inflation et spéculation, et les étrangers, cause de la surpopulation.

Ne désignant explicitement aucun responsable, n'utilisant que très peu de traits qui viendraient individualiser les protagonistes, le discours visuel reste relativement vague et présente une image diffuse de malaise et de saturation, mais le texte vient ancrer la signification du contenu visuel et la lecture de l'argumentation devient nettement plus explicite.

Les spéculateurs et les étrangers sont accusés d'être les responsables de la surchauffe économique et sociale. Les prix augmentent, les transports publics sont saturés, les paysages bétonnés et ils sont les responsables. Les étrangers sont ainsi désignés comme les principaux éléments permettant d'expliquer les problèmes sociaux caractéristiques de cette décennie, tels que la crise du logement. Cette définition de l'*Überfremdung* repose donc avant tout sur des critères démographiques et de saturation des infrastructures sociales. Les étrangers sont simplement accusés d'être trop nombreux et d'imposer une pression démographique trop élevée au petit pays qu'est la Suisse. On peut également penser que le sentiment de panique exprimé par les silhouettes naît aussi de cette perception d'une Suisse submergée par la modernité et le développement industriel et urbain, qui constituent des menaces pour la représentation de la Suisse traditionnelle, champêtre et passéiste. La crise migratoire, telle qu'elle est perçue à cette époque, est aussi et surtout une crise de la modernité. Les arguments essentiels de la rhétorique anti-immigration mise en place par les acteurs sociaux des années 1960, et tout particulièrement les syndicats, se cantonnent ainsi aux plans économique et social. L'idée de défense de la patrie reste ici très vague et ne fait aucunement appel à la notion de culture. Les étrangers et les références à l'imaginaire national sont ainsi symbolisés de manière très diffuse et ne sont assimilés que de manière relativement implicite à la notion de menace.

## **De la conjoncture à la culture : évolution de la menace**

Dès 1965, la politisation de la « *Fremdarbeiterfrage* » prend un nouveau tournant. De nouveaux acteurs sociaux s'emparent de la thématique et introduisent, par là même, de nouvelles dimensions sémantiques dans la représentation des ouvriers italiens. Ceux-ci restent présentés sous un angle menaçant, mais le fondement de ces attaques n'est plus la concurrence dans l'accès au marché du travail et aux infrastructures. Les critères de différenciation s'orientent désormais vers la question de la préservation de la culture et de l'identité nationale suisse. Nous pouvons dès lors constater la transition d'une rhétorique de politique conjoncturelle à une rhétorique de politique culturelle protectionniste<sup>52</sup>.

Cette définition de l'*Überfremdung* et le manque de prise en compte, par les responsables politiques, du sentiment de malaise et de saturation sociale entraînent au sein d'une certaine frange de la population une méfiance grandissante envers l'étranger. Cette dimension du problème « va servir les intérêts de la droite nationaliste. Exploitant les contradictions entre le discours officiel et la réalité, récupérant et amplifiant dans une analyse démagogique les

sentiments d'insatisfaction et de craintes, les organisations politiques de droite exploitent un climat de xénophobie rampante pour se propulser à un niveau national»<sup>53</sup>. Cette montée en tension de la question étrangère se situe également dans le contexte d'une demande croissante des pays d'origine des immigrants, qui revendiquent de plus en plus de droits pour leurs ressortissants<sup>54</sup>. Ces revendications aboutissent notamment en 1964<sup>55</sup> à l'accord sur l'émigration des travailleurs italiens en Suisse.

Avec la reprise du thème de la surpopulation étrangère par la droite nationaliste, la compréhension de la notion d'*Überfremdung* prend une nouvelle dimension dès le début des années 1960. Cette évolution sémantique s'effectue dans le contexte de l'arrivée sur le terrain politique de nouveaux acteurs issus de la droite ultraconservatrice. Différents groupuscules tels que le « Parti contre la surpopulation par les ressortissants des pays du Sud »<sup>56</sup> ouvrent la voie à une nouvelle phase de diffusion du concept d'*Überfremdung*.

## Les « années Schwarzenbach »

En 1961, la *Nationale Aktion gegen die Überfremdung von Volk und Heimat* (Action nationale contre l'emprise étrangère du peuple et de la patrie) est créée par Fritz Meier. En 1962, le conseiller national, et futur conseiller fédéral, socialiste Willi Ritschard dépose devant l'Assemblée fédérale un postulat qui demande la réduction du nombre des travailleurs immigrants en Suisse. Puis, en 1963, sous la pression de l'emballement économique, de l'USS, du PSS et, dans une moindre mesure, de l'Action nationale, le Conseil fédéral introduit un nouvel arrêté fédéral imposant le contingentement du nombre de travailleurs étrangers actifs dans chaque entreprise.

L'actualité brûlante de la thématique de l'*Überfremdung* aboutit, en 1965, au lancement de la première initiative populaire fédérale sur l'emprise étrangère par le Parti démocratique zurichois (PDZ). Bien que le Conseil fédéral ait convaincu le PDZ de retirer son initiative « Contre la pénétration étrangère », la nature particulière du texte de cette initiative réclamant un contingentement de la population étrangère établi par la Confédération marque un changement de paradigme dans la compréhension de la notion d'*Überfremdung*. Alors que la question de la culture et de la préservation de l'identité nationale avait été remise depuis le début de la Seconde Guerre mondiale, ces deux thématiques reviennent en force dans les débats sur l'immigration en Suisse. L'affiche (figure 11) émise par le PDZ durant sa campagne pour les élections communales de la ville de Zurich en 1966 témoigne de l'influence croissante de cette forme de représentation de la présence étrangère.

►  
Figure 11  
*Stop der  
Überfremdung*  
(Atelier 8703 –  
Erlenbach,  
1966).  
(Bibliothèque  
nationale suisse,  
Cabinet des  
estampes :  
Collection  
d'affiches)

# Stop der Überfremdung

Demokratische Partei

Liste 7



Les deux tiers inférieurs de l'image sont occupés par un fond rouge à croix blanche, les couleurs du drapeau helvétique. Une trame grillagée vient s'inscrire en surimpression. La photographie en noir et blanc d'un homme occupe le centre de l'image et l'espace au milieu de la croix blanche. Il porte un costume, tient une petite valise de sa main droite et en porte une plus grosse sur son épaule. Le tiers supérieur de l'image est composé d'un fond blanc sur lequel sont imprimés différents éléments textuels. Sur la partie supérieure droite de l'image, le slogan «*Stop der Überfremdung*» («Stop à l'emprise étrangère») surmonte les consignes de vote «*Demokratische Partei Liste 7*» («Parti démocratique Liste 7»), imprimées en plus petites lettres noires.

Les symboles que le PDZ convoque sont assez facilement lisibles. Le drapeau suisse fait bien référence à l'identité du pays, mais il marque également l'idée du territoire national. L'homme représenté au centre de la croix blanche peut sans trop d'hésitation être identifié comme un travailleur étranger. Il porte dans tous les cas les traits stéréotypiques de la représentation du *Gastarbeiter* issu des pays du sud de l'Europe: peau mate, cheveux noirs, moustache. Il porte de plus, ici, une lourde valise pour ancrer visuellement encore plus explicitement son statut de migrant. Par ces contenus significatifs, on peut ensuite retracer la construction argumentative de l'image.

Partant du milieu de l'affiche, la figure de l'étranger faisant irruption au cœur du drapeau national est au centre du message. Le discours fonctionne sur l'idée d'un élément «parasite» qui vient perturber la lecture classique du symbole national. L'identité du pays est, dès lors, corrompue. Les icônes patriotiques sont effectivement fréquemment sacralisées et l'idée même d'un élément étranger au sein de l'une d'entre elles constitue un acte de provocation, voire de blasphème<sup>57</sup>. L'œil du récepteur est ensuite dirigé vers le slogan, dont la couleur rouge fait le lien avec le drapeau national. Le malaise engendré par l'image du dessous trouve alors une explication: l'*Überfremdung*. Les éléments textuels viennent ainsi ancrer encore plus profondément la teneur du message. La présence grandissante de travailleurs étrangers est une menace pour l'identité du pays. Elle doit être stoppée. Les grillages viennent alors clore la construction rhétorique du message: pour stopper la surpopulation étrangère, il faut dresser des barrières, donc fermer les frontières; et c'est en élisant des représentants du PDZ que cela deviendra possible.

L'attaque contre les travailleurs immigrés est construite de manière relativement explicite. Le discours visuel les présente clairement comme une menace, une altération de l'identité nationale. L'étranger est effectivement présenté comme un élément perturbateur d'un symbole hautement signifiant

et, partant, une menace directe pour la patrie. Pour les Démocrates zurichoïses, le danger d'*Überfremdung* est évident et il est temps d'agir et de circonscrire ce phénomène. Le focus argumentatif n'est plus conjoncturel, mais culturel et identitaire. Cette nouvelle compréhension de l'*Überfremdung* alimentera le débat de façon continue durant plus de dix ans et trouvera son paroxysme dans les quatre initiatives contre l'emprise étrangère qui suivront.

De manière relativement surprenante, la trame visuelle et rhétorique de cette affiche resurgira, plus de trente ans plus tard, de manière presque identique dans le paysage politique suisse. Dans le contexte hautement médiatisé de la récolte de signatures pour l'initiative « Contre les abus dans le droit d'asile », l'UDC diffuse en 1999 une affiche<sup>58</sup> (figure 12, p. 87) déclenchant la controverse et dont la composition graphique est très proche de celle de l'affiche du PDZ. Exploitant également le sentiment de blasphème, le parti agrarien place lui aussi un homme étranger au centre de l'emblème national. Mais la construction rhétorique de cette image plus récente va cependant nettement plus loin. L'homme n'est plus seulement représenté au centre de la croix blanche, il y entre par la force, la déchirant de ses propres mains. Les caractéristiques personnelles de l'étranger représenté sur l'affiche sont de plus exploitées de manière beaucoup plus forte que sur la production visuelle de 1966. Alors que, sur la plus ancienne des images, l'étranger est simplement présenté comme un migrant d'origine méditerranéenne – ses seules caractéristiques identifiables étant la couleur de sa peau et de ses cheveux, ainsi que ses bagages –, l'homme sur l'image de 1999 est affublé d'éléments le caractérisant complètement différemment. Si sa peau est toujours mate, s'il porte une moustache et des cheveux foncés, les contours angulaires de sa mâchoire laissent penser qu'il s'agit, cette fois-ci, plutôt d'un homme originaire des Balkans. La référence au domaine de l'asile, en pleine expansion suite aux conflits dans l'ex-Yougoslavie durant cette période, soutient de plus cette intuition. Ce sont cependant les caractéristiques vestimentaires de cet étranger qui sont les plus marquantes. L'homme porte effectivement d'épaisses lunettes noires et un manteau et des gants de la même couleur. Cette tenue ainsi que l'attitude dédagée par l'individu induisent fortement l'idée que l'homme qui surgit au centre de l'image est un voleur, un criminel.

Contrairement à l'affiche du PDZ qui présentait l'étranger comme un travailleur migrant sans mauvaise intention particulière, l'affiche de l'UDC établit clairement un discours de criminalisation du requérant d'asile. L'impact visuel résultant de cette construction rhétorique accentue alors encore nettement le sentiment de provocation et de blasphème. Si les deux étrangers sont effectivement représentés comme une menace pour l'identité nationale,

puisqu'ils surgissent au milieu d'une icône hautement patriotique, l'homme de 1999 est nettement plus menaçant que celui de 1966. Il n'est plus simplement présent au milieu du symbole de la croix, il la déchire et y entre ainsi par effraction. Il n'est pas un homme arrivant avec ses lourdes valises pour occuper un emploi pendant quelques mois, il arrive « les mains vides », vêtu comme un cambrioleur ; ses intentions ne font aucun doute. Le processus de stigmatisation de l'étranger par l'image est ainsi nettement plus prononcé dans cette seconde affiche. Les accusations sont portées de manière directe dans le discours visuel : l'étranger est un criminel qui force l'entrée du pays et cherche à le détruire de l'intérieur.

Les éléments textuels soulignent, quant à eux, deux dimensions bien connues de la rhétorique populiste : celles de l'abus et du laxisme des autorités et des autres partis politiques. Le slogan « Accueil oui... laisser-faire non » opère ainsi selon une double perspective. La première partie balaye les potentielles accusations de racisme et de non-respect de la tradition d'accueil helvétique en affirmant que le parti blochérien soutient l'accueil des réfugiés. La seconde partie dénonce, quant à elle, le laisser-faire en matière d'asile et présente l'appel « signez l'initiative contre les abus dans le droit d'asile ! » comme une solution pour lutter contre les dérives du système. Le discours textuel établit donc, *de facto*, une opposition entre les « vrais » réfugiés (par ailleurs totalement absents dans la représentation iconographique) méritant d'être accueillis dans le pays et les « faux » réfugiés profitant du laxisme en vigueur pour abuser du droit d'asile et venir nuire au pays.

Cette affiche est souvent considérée<sup>59</sup> comme l'empreinte la plus explicite du processus de radicalisation entamée par l'UDC dès les années 1970 dans sa section zurichoise, mais qui ne se manifeste qu'à partir de la seconde moitié des années 1990 au niveau national. Il est effectivement saisissant de constater que, alors que les schémas graphiques des affiches de 1966 et 1999 sont pratiquement identiques, les discours établis autour du concept d'irruption de l'étranger au cœur de l'identité nationale divergent fortement. Le danger de l'altérité n'est, dans les années 1960, aucunement mis en relation avec l'idée d'une immigration criminelle et mal intentionnée. La figure de l'étranger est synthétisée dans celle du *Gastarbeiter*, le travailleur immigré arrivé en trop grand nombre et considéré comme une menace pour la situation économique, sociale et culturelle du pays, mais n'est jamais présenté comme un homme dont les intentions sont répréhensibles sur le plan pénal. Aucune attaque personnelle n'est adressée directement à l'étranger, même si le discours visuel des affiches établit clairement que l'on ne veut pas (ou plus) de lui dans le pays.

►  
Figure 12  
Accueil oui...  
laisser-faire non  
(Goal AG  
Werbung, 1999)

**Accueil oui...**

**laisser-faire non**



**Signez  
l'initiative  
contre les  
abus dans  
le droit d'asile!**



►  
Figure 13  
*Rausschmeisser-  
methoden?*  
*Schwarzenbach-  
Initiative, Nein!*  
(Inconnu, 1970).  
(Bibliothèque  
nationale suisse,  
Cabinet des  
estampes :  
Collection  
d'affiches)

## Radicalisation des discours et développement des contre-arguments

En réaction au retrait de l'initiative du PDZ, l'Action nationale dépose quelques jours plus tard une nouvelle initiative, réclamant des diminutions plus fortes encore du nombre de résidents étrangers sur le territoire. Le discours de l'*Überfremdung* continue à renforcer sa composante ethnique et culturaliste et à sortir de la dimension unique du marché du travail et des infrastructures pour s'articuler de plus en plus fortement autour d'une critique sociétale généraliste dont la question de l'identité menacée est l'élément central<sup>60</sup>. Le discours sur les travailleurs étrangers lancé par les syndicats à la fin des années 1950 se radicalise et le recours à la démocratie directe pour diffuser ce débat s'intensifie durablement.

Lancée en 1968, l'initiative « Schwarzenbach » obtient le soutien de 46 % des électeurs lors de la votation du 7 juin 1970, et déclenche un raz-de-marée avec un taux de participation de près de 75 %. Ce résultat marque une transformation du statut des acteurs de la droite conservatrice, qui passent de celui d'organisations nationalistes marginales à celui de force politique avec laquelle il faut désormais compter. Si l'Action nationale et ses supporters font grandement usage de cette soudaine notoriété, en recourant massivement à l'outil de l'initiative au cours de la décennie, la votation de juin 1970 marque également l'avènement d'un contre-discours se manifestant dans les différentes campagnes de communication.

Pour la première fois, on remarque effectivement l'apparition d'affiches condamnant les propositions des promoteurs d'une politique migratoire plus restrictive. Si la majorité des affiches promouvant le non à l'initiative « Contre l'emprise étrangère » restent généralement presque exclusivement textuelles, exploitant des slogans tels que « *Rausschmeissermethode Nein* » (« Non aux méthodes de videur »)<sup>61</sup> (figure 13) ou « Non à la Suisse de M. Schwarzenbach, isolée, rétrécie, ... »<sup>62</sup> (figure 14), deux affiches créées par le fameux illustrateur Celestino Piatti (figure 15, p. 90) mettent l'image à l'honneur.

Produite par l'*Aktionskomitee gegen die Überfremdungsinitiative* (Comité d'action contre l'initiative sur l'emprise étrangère), l'affiche en page 88 constitue l'une des premières productions graphiques de l'histoire du pays établissant un discours visuel d'opposition à la politique anti-immigration.

Occupant plus des quatre cinquièmes de l'affiche, une illustration met en scène un homme dont on ne distingue que le visage et les mains, surmontant un mur de briques grises. Ses traits sont fortement stylisés et rappellent l'esthétique de certains peintres expressionnistes. L'expression de son visage est relativement neutre. Dans sa main droite, le personnage tient un drapeau suisse. Son bras gauche est tendu et sa main levée, marquant un signe d'arrêt.

Raus  
Schmeisser  
methoden?  
Schwarzenbach Initiative  
nein!

jeunes  
de notre pays  
votre avenir  
est en jeu

la Suisse  
de M. Schwarzenbach,  
isolée, rétrécie,  
est sans avenir  
pour vous

allez voter  
et faites voter  
vos aînés

**NON**  
les 5,6,7 juin

Parti  
radical

Sous cette image, un grand « NEIN » (« NON ») apparaît en lettres noires légèrement irrégulières. Puis, à la gauche de ce mot d'ordre, on remarque la mention « *Überfremdungsinitiative* », qui figure dans la même police de caractères, mais en lettres plus petites.

Lorsque le spectateur est confronté à cette affiche, son regard est tout d'abord attiré par le visage aux contours géométriques et marqués d'épais traits noirs de l'homme. Celui-ci n'a aucune expression particulière, ses yeux et sa bouche sont neutres. Puis le cheminement visuel est porté vers la main gauche du personnage, levée, puis vers le drapeau suisse et, finalement, vers le mur de briques. Le dessin induit l'idée d'une fermeture, d'un enfermement et d'un repli sur soi. L'homme semble se cantonner derrière son mur de briques et interdire l'accès à son espace de vie à quiconque voudrait franchir ses limites. La seule indication permettant d'identifier un peu plus clairement l'individu et le territoire qu'il défend est le drapeau suisse. Le contexte d'énonciation du message semble peu clair si l'on s'en tient uniquement au contenu iconographique de l'affiche. Les éléments textuels viennent ainsi préciser le propos de l'illustration.

La construction rhétorique de l'image devient alors nettement plus explicite. L'*Überfremdungsinitiative* est une initiative qui risque d'entraîner une fermeture des frontières, perçue négativement comme étant un repli sur

▲  
Figure 14  
Parti radical,  
Jeunes de notre  
pays, votre avenir  
est en jeu,  
La Suisse  
de M. Schwarzen-  
bach, isolée,  
rétrécie, est sans  
avenir pour vous,  
Allez voter  
et faites voter  
vos aînés,  
Non, les 5, 6,  
7 juin (Atelier  
André Masméjan  
Genève, 1970).  
(Bibliothèque  
de Genève,  
Da 2343)

PHATI

© 2002 UNIVERSITÄT WÜRZBURG



ÜBERFREMDDUNGS  
INITIATIVE

NEIN

soi exagéré, qui transformerait le pays en une Suisse forteresse dont les murs seraient infranchissables. Le message ne fait aucune mention ou référence aux travailleurs étrangers directement concernés par les répercussions potentielles de cette initiative et n'affiche d'ailleurs aucune prise de position en faveur de ceux-ci. Elle exprime simplement le rejet de la politique de fermeture telle qu'elle est préconisée par Schwarzenbach et ses sympathisants, et les conséquences néfastes que celle-ci pourrait engendrer. L'image se caractérise ainsi avant tout par une prise de position esthétique, dans un style très caractéristique du travail de Piatti, relativement vide de références ou symboles connotés, si ce n'est le drapeau aux couleurs helvétiques, qui vient rappeler le contexte de cette votation. Piatti livre ici une représentation neutre du citoyen suisse, mais laisse tout de même planer une certaine ambiguïté quant au geste de sa main levée, qui pourrait faire référence au salut hitlérien. L'identité nationale n'est cependant ici pas instrumentalisée comme dans d'autres images, mais simplement présentée comme un élément indicatif, informant au sujet de la thématique abordée.

Présentant également l'initiative comme caractéristique d'une politique de fermeture et d'exclusion, l'affiche (figure 16, p. 92) des *Jungradikale* (Jeunes radicaux) bâlois va cependant nettement plus loin dans son attaque contre les propositions de Schwarzenbach. Très minimaliste sur le plan graphique, elle se résume à un fond rouge homogène sur lequel sont apposés des éléments iconico-textuels et une insertion purement textuelle noire. La moitié supérieure de l'image comprend effectivement une figure composée d'une croix blanche, dont l'incrustation sur fond rouge fait bien évidemment écho aux motifs de la bannière nationale. Un «*nein*» («non») vient s'incruster au bout de chacune des branches de la croix. Sous cette image, dans l'extrémité inférieure de l'affiche, figure de manière relativement peu lisible<sup>63</sup> la mention «*Zur Initiative gegen die Überfremdung ein klares Nein am 6./7. Juni*». Recourant au symbole hautement controversé de la croix gammée, qui constitue souvent la figure de référence première lorsque l'on cherche à représenter le racisme, l'image vise à jeter le discrédit sur l'initiative soumise au vote, en la définissant clairement comme xénophobe, voire nazie.

Une autre affiche (figure 18, p. 95) créée par Piatti dans le cadre de cette même campagne recourt également au symbole du drapeau pour souligner l'appartenance nationale des protagonistes symbolisés sur l'image. Dans un style tout aussi expressionniste, mais cette fois légèrement moins figuratif, l'illustration met en scène un personnage central occupant presque tout l'espace de l'affiche. Une silhouette noire, entourée d'une sorte de halo gris foncé, se détache d'un fond gris clair. Cette silhouette aux contours bien particuliers ne possède ni visage, ni autres traits permettant de la personnifier. Elle possède cependant bien une tête et

◀  
Figure 15  
*Überfremdungs-  
initiative nein*  
(Celestino Piatti,  
1970, droits  
réservés)  
(Bibliothèque  
nationale suisse,  
Cabinet des  
estampes :  
Collection  
d'affiches)



Zur Initiative gegen die Überfremdung ein klares NEIN am 6./7. Juni.

Jugendliche Basis



◀  
Figure 17  
*wir brauchen diese Menschen ...  
und sie brauchen uns.  
Schwarzenbach-Initiative: nein!*  
(Celestino Piatti, 1970).  
(Droits réservés)

un tronc, mais aussi trois paires de bras et six jambes. Sur la partie centrale de ce corps figurent dix petits drapeaux colorés. Il s'agit des emblèmes de l'Espagne, de la France, de la Grèce, de l'Autriche, de l'Italie, de la Tchécoslovaquie, de l'Allemagne, de la Turquie, de la Yougoslavie et de la Hongrie. Autour de cette silhouette centrale figurent trois insertions textuelles. Le slogan est ainsi scindé en deux : à gauche de la silhouette, on retrouve la mention « *wir brauchen diese Menschen...* » (« nous avons besoin de ces personnes »), complétée à droite de l'image par le texte « *und sie brauchen uns* » (« et ils ont besoin de nous »).

Exploitant l'idée d'un amalgame de personnages diversifiés se juxtaposant pour former un seul et même corps, l'affiche véhicule un message fondé sur une construction rhétorique relativement efficace. Ces gens dont nous (la Suisse) avons besoin sont des éléments constitutifs d'un tout, voire, pour aller plus loin, de la nation. L'affiche insiste également sur l'intérêt commun des migrants et de la société d'accueil. Dans un principe de réciprocité, ceux-ci ont autant de besoin de « nous » que « nous » avons besoin d'« eux ». La manière dont sont représentés les étrangers dans cette image est tout à fait singulière pour l'époque. Ils ne sont

◀  
Figure 16  
*Nein – Zur Initiative gegen die Überfremdung ein klares Nein am 6./7. Juni*  
(Linard Biert, 1970).  
(Droits réservés)

ainsi pas symbolisés de manière figurative, frontale, mais plutôt de manière abstraite, par une silhouette anonymisée dont la seule indication d'appartenance identitaire est celle des drapeaux. Cette présentation de l'étranger est, de plus, extrêmement variée et ne fait pas uniquement référence à la figure du travailleur issu des pays méditerranéens, mais à une multitude d'origines et, partant, de situations migratoires. Alors que la totalité des autres affiches convoquant l'image de l'étranger font unanimement référence à la figure du *Gastarbeiter*, on remarque ici une grande diversité des statuts évoqués. Si l'on trouve effectivement une référence aux pays limitrophes (Allemagne, Autriche, France, Italie) fournissant de la main-d'œuvre à la Suisse depuis le XX<sup>e</sup> siècle, on remarque également la mention de pays dont l'immigration en Suisse est nettement plus récente (Yougoslavie, Turquie, Grèce et Espagne) ou dont la république a accueilli des réfugiés dans le courant des années 1950 et 1960 (Hongrie et Tchécoslovaquie). Toutes ces catégories, on l'oublie souvent, tout particulièrement dans les affiches analysées, étaient effectivement touchées par les propositions de Schwarzenbach. Par le biais d'une rhétorique humaniste, l'affiche réussit ainsi à dresser une image globale de la migration en Suisse, sans tomber dans le traitement stéréotypique du portait d'étranger.

La figure du travailleur étranger apparaît, par contre, plus explicitement sur l'affiche (figure 18) produite par François Gay lors de la campagne romande contre la seconde initiative « Contre l'emprise étrangère ». Contrairement à l'image de Piatti, l'immigré italien est représenté dans la partie centrale de l'image, au sein d'une photographie en noir et blanc occupant toute la largeur de la moitié inférieure de l'affiche et dont les contours sont délimités par les caractères N-O-N. Sur cette photo noir-blanc figure un homme d'une cinquantaine d'années. La peau de son visage est mate et marquée de rides. Il porte une moustache et ses cheveux sont également très foncés. L'homme porte aussi un béret noir, une chemise à carreaux et, par-dessus celle-ci, un tricot léger. Il tient un morceau de pain dans sa main gauche. À l'arrière-plan de cette image, on distingue vaguement un arbre. Entourant ces lettres N-O-N, le reste de l'affiche est composé d'un fond noir uniforme. Le quart supérieur de l'affiche comporte une série de quatre lignes de texte en lettres blanches. À côté du slogan et blanc. Puis, plus bas, juste au-dessus de la photographie, une dernière insertion textuelle apparaît, il s'agit du mot d'ordre « initiative schwarzenbach votez [complété par le NON figurant juste en dessous] ».

Contrairement à la précédente affiche, dans laquelle le choix avait été fait de ne pas explicitement représenter les travailleurs immigrés visés par l'initiative, cette seconde affiche mise sur le portrait de cet homme pour tenter d'humaniser, de personnaliser l'objet soumis à votation. Alors que l'essentiel

►  
Figure 18  
Hier terre de  
refuge, demain  
terre de refus ?  
Initiative  
Schwarzenbach  
Votez non  
(François Gay,  
1970).  
(Bibliothèque  
de Genève, SGA  
132.34)



hier  
terre de refuge,  
demain  
terre de refus?

initiative schwarzenbach  
votez



des discours sur l'immigration et la population étrangère se focalise, en premier lieu, sur des dimensions quantitatives et l'idée d'une invasion, le message de cette affiche choisit de centrer son propos sur un seul homme, dans une perspective visant certainement à sortir de l'orientation sur le nombre et de recadrer le débat sur le destin individuel des travailleurs immigrés et leur parcours de vie. Les insertions textuelles suivent la même démarche et exploitent la référence à la conception idéalisée de la Suisse, terre d'accueil et de tradition humanitaire. Le discours établit, dans cette affiche, un lien explicite entre l'identité suisse (représentée par le petit drapeau) et cette prétendue tradition d'accueil des étrangers dans le pays. Les propositions formulées dans le cadre du texte de l'initiative «Contre l'emprise étrangère» seraient, ainsi, dans cette perspective, contraires à la conception de la démocratie suisse. Elles entraîneraient la mise en place d'un système injuste et incohérent avec la tradition. Le sentiment d'injustice de ces propositions se trouve renforcé lorsque le regard du spectateur croise celui de l'homme représenté sur l'image, le but étant, bien sûr, de confronter les votants avec les victimes potentielles de l'acceptation de l'initiative Schwarzenbach.

Au-delà du discours humanitaire qu'elle véhicule, cette affiche véhicule également une représentation stéréotypée du travailleur italien, une nouvelle fois représenté avec sa moustache noire et sa tenue modeste. Elle introduit, de plus, l'idée d'une victimisation des immigrés, les plaçant dans une position passive et dénuée de toute capacité d'action. En exploitant l'idée d'un risque pour la tradition d'accueil de la Confédération, l'affiche accuse Schwarzenbach de ne pas respecter les droits fondamentaux des migrants et de mettre en péril une partie de l'identité du pays. Plutôt qu'une prise de position directe en faveur des ouvriers d'origine étrangère, il s'agit plutôt ici d'une défense d'un certain idéal de la démocratie helvétique.

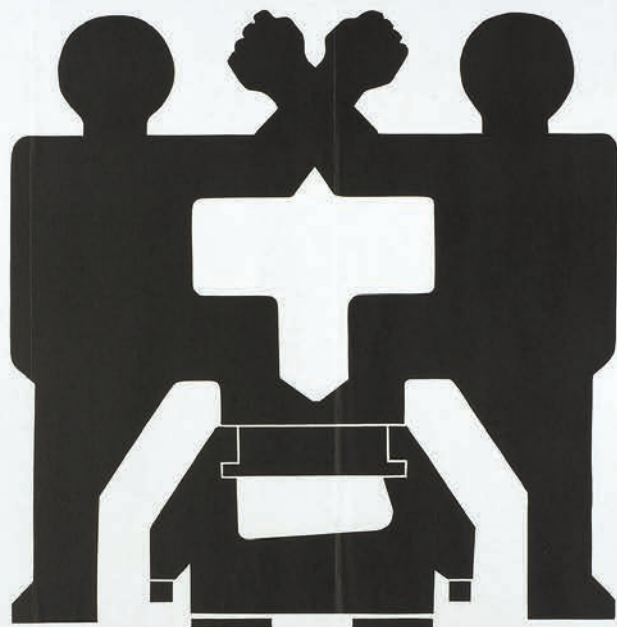
À côté de ces premières productions, figurent également celles d'un acteur particulier dans les débats sur la question étrangère: la gauche communiste, qui s'engage notamment contre les initiatives soumises en votation en 1970 et en 1974. L'orientation idéologique de cet acteur influe fortement sur les discours déployés dans les items de communication créés par le mouvement, produits dans un style artisanal, qui n'est pas sans rappeler les affiches créées durant la période de mai 68. Ces images, à forte connotation ouvriériste, cultivent essentiellement l'idée d'une identité de classe en opposition à une identité fondée sur l'appartenance nationale. Elles prônent ainsi une «unité de tous les travailleurs» face «au capital» et à l'«État bourgeois»<sup>64</sup>. On retrouve de ce fait des argumentations telles que: «les frontières nationales sont dans chaque pays l'instrument de la politique de domination de la bourgeoisie sur toute la société»<sup>65</sup>.

L'affiche qui synthétise certainement le mieux ce positionnement particulier de l'extrémum romand est diffusée en 1974 par la Ligue marxiste révolutionnaire (LMR) dans le cadre de sa campagne contre l'initiative « Contre l'emprise étrangère et le surpeuplement de la Suisse » (figure 19, p. 98). Sa moitié inférieure est composée d'une série dense de textes cernés d'un cadre rouge. Outre la mention de l'objet soumis à votation et la consigne de vote, l'encart contient une série de revendications et d'arguments en défaveur de l'initiative. Sous cette section, le nom du parti apparaît tout au bas de l'affiche. À l'exception du cadre rouge entourant la principale partie textuelle, tous les éléments composant l'affiche sont teintés de noir et sont apposés sur le fond blanc uniforme. La partie supérieure de l'affiche contient également différents éléments textuels tels que le slogan « unité dans la lutte », mais aussi une partie iconographique stylisée. Trois silhouettes noires composent cette image. Deux hommes, positionnés de manière symétrique, se tiennent debout, le poing levé. L'une de leurs jambes est surélevée, la silhouette d'un troisième homme leur servant de marchepied. Cette troisième silhouette, ployant sous le poids exercé par les deux autres personnages sur elle, porte un chapeau.

Le contenu iconographique illustre parfaitement l'argumentation mise en place par les éléments textuels. L'accroche du message est constituée par l'image et le texte de la partie supérieure, puis le regard poursuit sa route sur l'encart inférieur et la lecture des différentes revendications de la LMR. Elle synthétise ainsi parfaitement le contenu du message. Les deux hommes au poing levé sont des ouvriers. Aucun élément ne permet de les différencier, de leur attribuer un profil particulier. Ils sont parfaitement identiques et rien ne permet de distinguer l'appartenance nationale des deux individus, qui ne possèdent aucun trait physique ou vestimentaire caractéristique. Le troisième homme, dont la silhouette est courbée, possède, quant à lui, un trait bien spécifique qui permet de l'identifier comme appartenant à la classe bourgeoise. Il porte effectivement un chapeau haut-de-forme, symbole classique de la représentation du bourgeois dans l'iconographie politique européenne.

Le message véhiculé est ainsi extrêmement clair et soutenu par le visuel ouvrieriste ainsi que la rhétorique marxiste fortement présente dans l'argumentaire textuel. Pour la LMR, la distinction établie par Schwarzenbach et ses pairs entre travailleurs étrangers et travailleurs indigènes est erronée. Les tensions sociales ne se situent effectivement pas, pour le parti marxiste, sur le plan de la nationalité, mais bien sur celui de la classe. Prônant l'« unité dans la lutte », la Ligue révolutionnaire appelle ainsi à une solidarité entre tous les ouvriers, peu importe leur origine, et réfute ainsi l'idée d'une différenciation basée sur le critère de la nationalité.

# unité dans la lutte



**contre l'action nationale  
et la bourgeoisie**

le 20  
octobre  
1974

votons

# NON

à la division de la classe  
ouvrière

aux discriminations des  
travailleurs immigrés

**mêmes droits politiques et syndicaux  
pour tous ceux qui travaillent en Suisse  
libre circulation de tous les travailleurs**

**Ligue marxiste révolutionnaire**

Ces arguments empreints d'une forte connotation marxiste témoignent d'un changement au sein même du monde ouvrier, dans la perception que se faisaient ses représentants de la place des travailleurs immigrés.

Dès la première consultation populaire de 1970, les syndicats se sont effectivement prononcés contre les initiatives xénophobes. Si, dans la réalité, ces positions étaient l'objet de luttes plus ou moins importantes à l'intérieur des sections locales, elles illustraient cependant une ouverture croissante face aux ouvriers immigrés. Ce changement s'explique par différentes évolutions structurelles se déroulant au sein même des syndicats. Les années 1970 sont tout d'abord marquées par la crise qui pousse parfois les ouvriers à briser la paix du travail en se mettant en grève. Au cours de ces débrayages, tous les travailleurs s'unissent, qu'ils soient de nationalité suisse, italienne ou espagnole. Cette décennie est, de plus, accompagnée « par un certain dégel idéologique, c'est-à-dire [par] l'effacement progressif de l'anticommunisme dont les syndicats de l'USS se faisaient jusqu'alors une vertu »<sup>66</sup>. Ces différentes évolutions s'accompagnent de deux éléments contextuels plus larges qui expliquent l'augmentation du nombre des immigrés dans les syndicats durant cette période. Après l'échec de la politique de rotation, le Conseil fédéral décide d'introduire une nouvelle politique migratoire dite « de stabilisation ». Dès lors, le recrutement syndical auprès des immigrés se réalise de manière plus systématique. Le deuxième point se situe à l'échelle de la nouvelle organisation professionnelle de certaines branches qui introduisent un fonctionnement conventionnel de leur secteur<sup>67</sup>. Les travailleurs étrangers sont ainsi incités à s'affilier aux syndicats en raison de l'existence d'une contribution obligatoire de solidarité destinée à couvrir les dépenses liées à l'application des conventions collectives<sup>68</sup>.

La première votation fédérale sur une initiative « contre l'emprise étrangère » est ainsi une date importante tant sur le plan purement politique que sur le plan symbolique. L'ampleur de la participation citoyenne à ce scrutin témoigne bien, effectivement, de l'intensité des débats sur la question étrangère durant ces années. Elle coïncide également, nous l'avons déjà dit, avec la première apparition d'un discours visuel positif en faveur de la migration ou, tout du moins, d'une première prise de position iconographique contre les propositions xénophobes d'une certaine frange de la classe politique.

Ce mouvement s'intensifiera encore lors de la votation sur la troisième votation « Contre l'emprise étrangère et la surpopulation de la Suisse » lancée par l'Action nationale peu après l'échec en votation de l'initiative Schwarzenbach. Pour la première fois, les travailleurs frontaliers et saisonniers sont directement concernés par les mesures proposées par l'initiative, au contraire de celle de Schwarzenbach, qui ne proposait pas de manière si explicite leur limitation

◀ Figure 19  
Unité dans la lutte contre l'action nationale et la bourgeoisie. Le 20 octobre 1974 votons NON à la division de la classe ouvrière aux discriminations des travailleurs immigrés même droits politiques et syndicaux pour tous ceux qui travaillent en Suisse libre circulation de tous les travailleurs (Inconnu, 1974). (Bibliothèque de Genève, Da 2798)

numérique<sup>69</sup>. Dans le contexte de la crise pétrolière, les débats sur la présence des travailleurs étrangers s'intensifient. Les membres de l'Action nationale contre la surpopulation étrangère désignent les «*Fremdarbeiter*» comme responsables de tous les maux. À leurs yeux, il suffirait de diminuer le nombre d'immigrés en Suisse pour que la situation économique s'améliore<sup>70</sup>. À côté de ces arguments, la composante culturelle persiste. La capacité d'assimilation de la Suisse est mise en cause, car la mentalité italienne serait, selon eux, trop éloignée de celle des Suisses.

Ces deux initiatives sont ainsi nourries par une forme de haine de la population italienne<sup>71</sup> et une peur latente chez un certain nombre de citoyens de ne plus «se sentir chez soi dans son propre pays». Schwarzenbach, figure de proue du Mouvement contre la surpopulation étrangère, nourrit un discours sans ambivalence à l'égard des ressortissants d'Italie présents sur le territoire. Ils sont alors notamment dépeints «comme une menace contre tout ce qui était présumé suisse, de la démocratie directe aux habitudes culinaires. Autrement dit, aux yeux du pourfendeur de la «surpopulation étrangère», c'étaient leur altérité culturelle, la différence perceptible entre Suisses et Italiens qui ne pouvaient pas convenir à la «particularité suisse», cette projection imaginaire d'une «suissitude» éternelle et inaltérable<sup>72</sup>.

Si la préservation de l'identité nationale et de la prospérité helvétique figure effectivement sur certains des items de communication visuelle produits par les défenseurs de l'Action nationale, les attaques directes contre les travailleurs étrangers et leur prétendue incompatibilité avec les modes de vie et la culture suisses sont absentes de la production iconographique du Mouvement.

Les affiches en faveur des propositions du Mouvement contre la surpopulation étrangère se contentent effectivement pour la plupart d'exposer leurs positions de manière relativement distanciée, n'utilisant pratiquement presque que du texte. On trouve ainsi par exemple une affiche<sup>73</sup> rouge et blanche sur laquelle est simplement apposé le texte «*Volksgesundheit*<sup>74</sup> gegen die Überfremdung» («Initiative populaire contre l'emprise étrangère»), puis le slogan «*Ja für die Schweiz*» («Oui pour la Suisse»). Une affiche publiée lors de la seconde votation de 1974 utilise un slogan du même acabit («Oui... pour notre avenir») et montre simplement une petite fille aux joues rouges et aux deux couettes blondes postée derrière un landau vert sur lequel est apposé un petit drapeau suisse. Ces différentes affiches présentent donc simplement les diverses initiatives contre l'emprise étrangère comme un acte de préservation du pays, un geste que le citoyen se doit de faire pour garantir son avenir ainsi que celui des siens, et font preuve d'une grande retenue sur le plan de la rhétorique visuelle exploitée, surtout lorsqu'on les compare avec les affiches produites durant la période de l'entre-deux-guerres ou dès la fin des années 1990.



◀ Figure 20  
Contre l'emprise étrangère, Surpeuplement, Explosion des loyers, Élisez de vrais représentants du peuple au Conseil national, Liste Action nationale contre l'emprise étrangère du peuple et de la patrie (Anonyme, 1971). (Bibliothèque de Genève, SGA 132.28)

Seule une affiche (figure 20) produite par l'Action nationale dans le cadre de sa campagne pour les élections fédérales de 1971 comporte un item au contenu iconographique un peu plus présent qu'à son habitude. Un nombre important d'éléments textuels (slogan, mots d'ordre, nom du parti, etc., soit pas moins de près de 40 mots qui sont mentionnés) apparaissent sur un fond rouge uniforme. Dans la moitié supérieure de l'affiche se dessinent les contours géographiques du territoire suisse. L'ensemble du territoire est composé d'une trame photographique en noir et blanc sur laquelle on distingue une foule d'anonymes dont les regards sont tournés vers la gauche de l'image. Deux éléments viennent perturber l'uniformité de cette trame : une croix blanche au centre du territoire et, scindant

la partie est du pays, une large déchirure blanche. Une sorte de phylactère « émane » de cette déchirure. Le texte, imprimé en lettres blanches, qui y figure est le suivant : « l'Emprise étrangère Surpeuplement Explosion des loyers ». À la gauche de cette bulle figure en lettres noires la mention « contre ». Cette partie iconographie traduit parfaitement l'impression de surpopulation, de trop-plein, de la Suisse et de faillite des infrastructures sociales que souhaite véhiculer l'Action nationale. Si la foule est là pour symboliser ce prétendu surpeuplement du territoire et la déchirure la fracture sociale qui menace le pays, rien dans le contenu iconographique de l'affiche ne désigne les étrangers comme étant les coupables de cette saturation. Seule la mention textuelle faisant référence à l'emprise étrangère permet de faire le lien avec la thématique de la question étrangère et le discours de l'*Überfremdung*. Les étrangers ne sont ainsi jamais représentés directement sur les images de l'Action nationale et aucune attaque directe quant à leur comportement, leurs mœurs ou leur culture n'apparaît dans ses productions visuelles. Seule l'idée de la défense de la patrie, de sa prospérité économique et de son identité nationale est mise en avant dans ces différentes constructions argumentatives.

Le mépris et la méfiance dont étaient l'objet les travailleurs étrangers, et tout particulièrement les ressortissants italiens, ne transparaissent absolument pas dans les discours visuels présentés dans les affiches du Mouvement contre la surpopulation étrangère. L'*Überfremdung* est ainsi, certes, perçue comme une menace pour le pays et le fait de lutter contre celle-ci est, en conséquence, présenté comme un devoir pour sa sauvegarde et l'assurance d'un avenir meilleur, mais jamais les étrangers ne sont directement dénigrés dans ces productions. Ils ne figurent d'ailleurs sur aucune de ces images et le rôle de la population étrangère n'est ainsi mentionné que dans certains indices textuels. Le décalage entre les discours des leaders du mouvement et la rhétorique déployée dans les affiches semble ainsi flagrant.

Du côté des opposants aux initiatives « Contre l'emprise étrangère », la votation fédérale de 1974 constitue une période d'intense mobilisation et de continuité dans les discours déployés. Une nouvelle forme d'argumentation en faveur des travailleurs étrangers semble cependant s'établir durant la campagne contre ce scrutin : celle de l'utilité des *Gastarbeiter* pour le pays. Les opposants de l'Action nationale estiment effectivement qu'une réduction accélérée de la main-d'œuvre étrangère « affecterait l'équilibre de l'économie nationale et mettrait en péril la prospérité du pays. Désorganisation de la production, fermeture des entreprises, chômage et inflation, telles seraient les principales retombées de l'initiative »<sup>75</sup>.

Un nombre important d'affiches recensées soulignent alors la contribution économique des immigrés à la Suisse. Pas moins de sept affiches interrogent



Figure 21 – Votez non (Leffel, 1970). (Droits réservés)



Figure 22 – La prochaine augmentation de l'AVS risque d'être la dernière. Pensez-y le 20 octobre. 500 000 étrangers nous aident à mieux vivre. Votez non (Inconnu, 1974). (BGE, Da 2801)

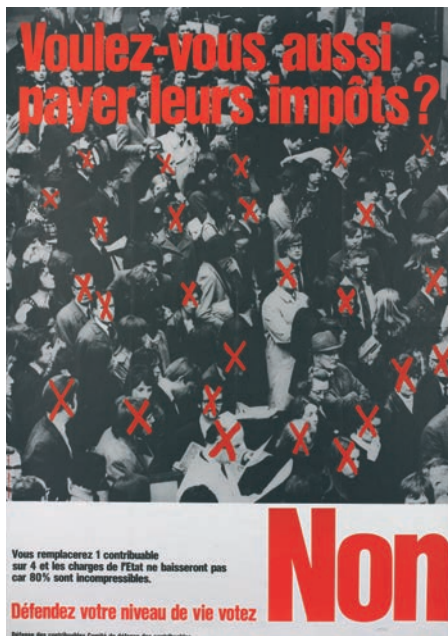


Figure 23 – Défendez votre niveau de vie, votez Non, Voulez-vous aussi payer leurs impôts? Vous remplacerez 1 contribuable sur 4 et les charges de l'État ne baisseront pas car 80% sont incompressibles (Inconnu, 1974). (Bibliothèque de Genève [BGE], Da 2796)



Figure 24 – 500 000 expulsés. Ferez-vous leur travail? NON (Inconnu, 1974). (BGE, Da 2799)

Wenn die Pyramide fällt,  
fällst auch Du!



*Überfremdungsinitiative 3*

**NEIN**

ainsi le spectateur sur les conséquences potentiellement dévastatrices du renvoi de plusieurs dizaines de milliers d'étrangers pour le fonctionnement économique et fiscal du pays. Cette rhétorique, dont on trouve la première occurrence en 1970 déjà dans une affiche<sup>76</sup> (figure 21, p. 103) sur laquelle un Suisse stéréotypé scie la branche de l'arbre de la « prospérité » sur laquelle il est assis, se répand effectivement beaucoup dès 1974 et se décline sous diverses formes. Le Comité de défense des rentiers AVS-AI menace ainsi que « la prochaine augmentation de l'AVS risque d'être la dernière » et précise que « 500 000 étrangers nous aident à mieux vivre » (figure 22, p. 103). Le Comité de défense des contribuables interroge, quant à lui, les votants, leur demandant « Voulez-vous aussi payer leurs impôts ? » (figure 23, p. 103) alors qu'un autre comité interpelle le spectateur par un « 500 000 expulsés. Ferez-vous leur travail ? » (figure 24, p. 103).

L'un des rares exemples, parmi ces affiches exploitant une justification utilitariste de la présence des travailleurs étrangers dans le pays, d'une connotation de la figure symbolique du *Gastarbeiter* est celui de la pyramide humaine<sup>77</sup> d'Edgar Künz pour le *Schweizerisches Aktionskomitee gegen die Ausweisung von 500 000 Ausländern* (figure 25). L'image ainsi que ses yeux sont noirs. Il est également le seul à être affublé d'une moustache. Il porte un pantalon blanc identique à celui de ses comparses, mais son sweat-shirt et ses chaussures sont jaunes. Sur sa poitrine figure la mention « *Gastarbeiter* », afin d'ancrer encore plus fortement la désignation symbolique déjà hautement présente à travers les marqueurs de différenciation. L'affiche comporte un fond bleu non homogène qui laisse penser qu'il a été coloré à la main. Cela renforce le caractère naïf de la représentation, déjà connotée par les traits enfantins des personnages. Entourant le personnage au sommet de la pyramide, la mention « *Wenn die Pyramide fällt, fällst auch Du!* » (« si la pyramide s'écroule, tu tomberas avec elle ») se détache en lettres jaunes. Le slogan s'adresse ici directement à la personne qui vote. La proposition « Non à la troisième initiative contre la surpopulation étrangère » vient s'ajouter dans la partie inférieure de l'image.

Cette affiche cultive la perception de l'immigration italienne en tant que chaînon indispensable au fonctionnement du pays. Elle est représentée en tant que support essentiel au développement et à la prospérité suisses. Si l'image du travailleur immigré est ici très positive, elle reste cependant très stéréotypée. Sa physionomie reste effectivement caricaturale, mais ce constat peut être nuancé par le fait que les Suisses sont, eux aussi, dépeints d'une manière stéréotypée. La construction visuelle du message est par ailleurs très bien servie par la figure de la pyramide, qui illustre parfaitement le développement de cette rhétorique

◀  
Figure 25  
*Wenn die Pyramide fällt, fällst auch Du! Überfremdungsinitiative 3 nein* (Edgar Künz AG Luzern, 1974). (Bibliothèque de Genève, Da 2814)

fondée sur l'importance de l'apport des ouvriers étrangers à l'édifice helvétique, même si ceux-ci restent « au bas de l'échelle », et ce d'une manière plus intégrative que la majorité des autres productions des opposants à l'initiative. Les autres affiches du « non » font effectivement plus souvent référence à des notions économiques plutôt qu'à une réelle vision de l'intégration des Italiens et des Espagnols à la société.

L'une des autres tendances dominant les discours visuels mis en place par les opposants est celle de l'atteinte que l'acceptation de cette troisième initiative sur l'emprise étrangère pourrait porter à la Suisse et à son identité. Si la perception du travailleur étranger comme chaînon essentiel de la réussite économique et contribuable nécessaire au bon fonctionnement de l'État a déjà été mentionnée, il s'agit ici plutôt d'une perspective soulignant le risque des propositions de l'Action nationale pour l'identité helvétique. D'un point de vue purement textuel, on trouve cette argumentation dans un jeu de mots relativement efficace du Parti démocrate-chrétien (PDC), qui déploie sur l'une de ces affiches le mot d'ordre suivant : « Non à une mauvaise action nationale » sous la mention « initiative inhumaine » (figure 26).

Sur le plan visuel, elle est symbolisée notamment dans une affiche (figure 27) du Parti radical. Celle-ci présente effectivement l'initiative « Contre l'emprise étrangère et le surpeuplement de la Suisse » comme une menace pour l'avenir du pays. Dans une représentation graphique mettant en scène le territoire helvétique, le Parti radical dépeint la Suisse voulue par Schwarzenbach comme une Suisse dont les contours sont floutés et dont la silhouette tend à s'effacer. Dans une autre affiche uniquement textuelle, l'organisation politique lance un appel aux votants, et plus particulièrement aux plus jeunes d'entre eux, pour les inciter à prendre position contre « la Suisse de M. Schwarzenbach, isolée, rétrécie et sans avenir ». Ces discours visuel et textuel visent ainsi à présenter l'initiative comme une menace pour l'intégrité du pays.

Cette rhétorique apparaît de manière un peu plus explicite encore dans l'affiche « *Ins eigene Fleisch schneiden?* » (littéralement, « couper dans sa propre chair? », mais l'expression est ici utilisée dans le sens de « se faire du tort? »), dans laquelle la « *Nationale Aktion* » est symbolisée par un imposant couteau de boucher faisant couler une goutte de sang aux couleurs helvétiques. Ici aussi, le message insiste sur l'atteinte des propositions de l'Action nationale aux valeurs et composantes essentielles du pays.

Face à cette mobilisation croissante et aux attaques discursives répétées contre ces initiatives, le Mouvement contre l'emprise commence à s'essouffler et le succès est de moins en moins présent (la troisième initiative est effectivement rejetée par deux tiers de votants lors du scrutin de 1974). L'année 1977

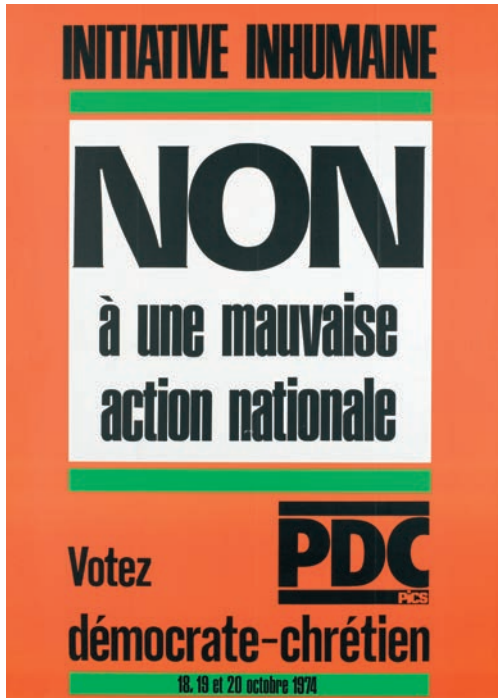


Figure 26 – Non à une mauvaise action nationale, Initiative inhumaine, Votez démocrate-chrétien, 18, 19 et 20 octobre 1974 (Inconnu, 1974). (Bibliothèque de Genève, Da 2805)



Figure 27 – Non à M. Schwarzenbach. Parti radical (Atelier André Masméjan Genève, 1974). (Bibliothèque de Genève, Da 2342)

marque cependant une nouvelle tentative du Mouvement national d'action républicaine et sociale, nouveau fer de lance de Schwarzenbach, qui réussit, en mars, à faire passer en votation les quatrième et cinquième initiatives contre l'emprise étrangère. Les deux objets sont massivement rejetés: l'initiative « Pour une limitation annuelle du nombre des naturalisations » par les deux tiers des votants et la « Quatrième initiative populaire contre l'emprise étrangère » par plus de 70 % des électeurs. D'une teneur relativement semblable aux précédentes, ces deux dernières initiatives semblent effectivement avoir souffert d'une certaine saturation de la population face à ces tentatives répétées de limiter le nombre d'étrangers sur le territoire.

Ce relatif sentiment d'exaspération quant à l'insistance de Schwarzenbach et de ses sympathisants se manifeste, notamment, fortement dans les quelques affiches produites pour contrer les objets. Une affiche du Parti libéral, peu intéressante sur le plan graphique, l'exprime par exemple ainsi:

«4<sup>e</sup> initiative anti-étrangers non une nouvelle fois!». Le Comité romand contre les initiatives xénophobes diffuse, quant à lui, une affiche (figure 28, p. 111) à l'argumentation et au design minimalistes. Sur un fond rouge bordeaux uni-forme recouvrant la totalité de la surface de l'affiche, la silhouette blanche d'un bol se dessine. Imposante, elle occupe une partie vaste et centrale de l'image. Différentes insertions textuelles s'articulent autour de cet élément central. Dans le haut de l'image, le regard du spectateur est tout d'abord attiré par la mention «initiatives xénophobes», puis, juste au-dessus de la silhouette, par un «ras-le-bol!». En suivant les traits délimitant les contours du bol, le cheminement visuel amène ensuite le spectateur vers un «NON», en lettres majuscules, tout comme la précédente mention. Ces trois éléments textuels attirent premièrement le regard, car leurs lettres blanches contrastent fortement avec le fond rouge foncé de l'image. Après un certain temps, le spectateur note ensuite la présence d'autres éléments textuels, insérés plus subtilement dans le décor et dont la couleur rouge «délavée» les fait ressortir de manière beaucoup moins nette.

Ces mots supplémentaires sont intégrés en filigrane du slogan et du mot d'ordre présentés. Leur fonction est uniquement de préciser le message transmis par les éléments en place et d'apporter un supplément d'information nécessaire à la compréhension de la consigne de vote. Les mentions «4<sup>e</sup> + 5<sup>e</sup> [initiatives xénophobes]» et «votez [non] 12 + 13 mars» viennent ainsi définir clairement le fait que l'affiche concerne les deux initiatives populaires contre l'emprise étrangère soumises au vote en 1977.

L'argumentation du refus de ces initiatives fonctionne sur une rhétorique de dénonciation de l'«acharnement» dont font preuve les organismes politiques militant pour une réduction du nombre des étrangers en Suisse. Il s'agit effectivement de la quatrième et de la cinquième des initiatives proposées par ce mouvement en à peine plus de dix ans. Pour le Comité d'action contre les initiatives xénophobes, il s'agit de mettre le holà à ce recours récurrent aux outils de la démocratie directe et d'exprimer clairement son «ras-le-bol». Il s'agit d'ailleurs de la seule dimension argumentative du discours établi dans l'affiche; aucun argument contre les propositions concrètes de ces deux initiatives (introduction de quotas pour les travailleurs et résidents étrangers ainsi que pour les naturalisations) ni de défense des ressortissants étrangers n'y apparaît.

La diffusion d'une image iconique relativement stéréotypée du travailleur italien (un homme vêtu simplement, au teint mat et à la moustache et aux cheveux noirs) est donc, de manière relativement surprenante, le fait, du moins sur le plan visuel, non pas de Schwarzenbach et de ses sympathisants, mais bien

des acteurs politiques engagés contre ces restrictions dans le domaine de la politique migratoire. Chez les partisans de la lutte contre l'*Überfremdung*, la figure du « Rital » n'apparaît effectivement que dans l'affiche créée par le PDZ. Chez les défenseurs d'une Suisse plus ouverte, elle apparaît à quelques reprises, utilisant toujours les mêmes références symboliques et les mêmes catégories sémantiques. Seuls Piatti et la LMR, dont les discours s'articulent autour d'une distinction identitaire de classe et non de nationalité, évitent ce processus de désignation par l'apparence physique pour signifier une appartenance nationale. Les discours visuels culturalistes sont ainsi à l'époque avant tout le fait, non pas de l'Action nationale, mais de ses opposants.

La prochaine votation sur une initiative traitant de la question étrangère ne viendra que renforcer ce phénomène. Après l'échec des initiatives de 1977, le « problème des étrangers » reste effectivement au centre des débats qui se focalisent alors sur un point extrêmement sensible : celui du statut de saisonnier.

## Devenir solidaires

L'augmentation du nombre d'ouvriers italiens au sein des syndicats, ainsi que la décrispation de l'anticommunisme et la participation des immigrés aux grèves du milieu des années 1970, induisent le développement d'une solidarité de classe à l'égard des travailleurs étrangers. Certains syndicats, dont notamment la Fédération suisse des ouvriers du bois et du bâtiment (FOBB), qui s'est toujours montrée plus sensible à la cause des « *Gastarbeiter* » que l'USS, commencent à s'insurger contre les conditions de vie de leurs membres d'origine étrangère. En 1979, la FOBB réclame ainsi, au cours de son congrès annuel, la suppression du statut de saisonnier<sup>78</sup>.

De nouveaux acteurs entrent alors en piste, non pas pour demander une réduction du nombre de saisonniers ou leur renvoi, mais bien pour réclamer la suppression de ce statut précaire et l'amélioration des conditions de vie des travailleurs étrangers. Le Mouvement des travailleurs catholiques lance effectivement la récolte de signatures pour son initiative « Être solidaires en faveur d'une nouvelle politique à l'égard des étrangers » à fin octobre 1974, à peine plus d'une semaine après la votation sur la troisième initiative « Contre l'emprise étrangère et le surpeuplement de la Suisse ». L'initiative réclame l'égalité des droits sociaux pour les travailleurs étrangers, l'abolition du statut de saisonnier et la facilitation du regroupement familial. Elle n'est déposée qu'« après trois années de travail pour recueillir les signatures nécessaires » et n'obtient le soutien que « de quelques organisations (confessionnelles, syndicales, d'immigrés, etc.), mais pas de l'USS, à laquelle elle paraît trop libérale, ni des grands partis nationaux »<sup>79</sup>.

Refusée massivement lors de son passage en votation en 1981 – près de 84 % de votants se prononcent effectivement en sa défaveur –, l'initiative constitue cependant un tournant marquant, puisqu'il s'agit du premier exemple d'initiative populaire militant pour une amélioration des conditions de vie des migrants. Elle reste d'ailleurs jusqu'à aujourd'hui le seul et unique exemple d'une utilisation des outils de la démocratie directe de niveau fédéral poursuivant un tel but. Parmi les dizaines d'initiatives populaires fédérales lancées depuis 1848 et abordant la question de la migration et des étrangers en Suisse, elle constitue effectivement un exemple isolé. L'importance et la portée de cette initiative se situent donc essentiellement sur le champ symbolique, puisqu'elle constitue une action militante en faveur des étrangers rarissime sur le plan fédéral, mais son influence purement politique semble relativement limitée au vu de son échec cuisant en votation.

Bénéficiant de peu de soutien au sein des grands partis politiques nationaux, l'initiative « Être solidaires » a cependant été un terrain de campagne fertile pour ses sympathisants, puisque notre corpus compte dix affiches soutenant le projet, contre seulement quatre affiches rejetant l'objet. Les productions des opposants à l'initiative restent, à une exception près, purement textuelles et justifient leur position en accusant la proposition d'être « germe de chômage, pénurie de logis et de crise économique » (figure 29), de privilégier les étrangers au détriment des citoyens suisses (« d'accord pour les droits, mais non aux privilèges ») ou de promouvoir « une fausse "solidarité" » (figure 30).

Du côté des défenseurs de l'initiative, c'est l'idée d'équité et de justice sociale qui prime. Une affiche clame ainsi, par exemple, « 1 = 1 Justice pour eux, dans l'intérêt de tous » (figure 31). Dans un certain nombre d'affiches, les concepteurs choisissent également de mettre visuellement en scène cet élan de solidarité avec les travailleurs étrangers. La majorité de ces images<sup>80</sup> exploite une nouvelle fois une représentation stéréotypée de la figure de l'étranger (on retrouve inévitablement l'homme au teint mat et à l'épaisse moustache noire), parfois associée à une vision extrêmement paternaliste de la réalité sociale dans laquelle le Suisse est présenté comme le « gentil patron » et l'immigré constamment placé dans une situation subalterne.

L'affiche des Organisations progressistes suisses (POCH)<sup>81</sup> (figure 28) visant à soutenir l'initiative au cours de son passage en votation en 1981 insiste, par exemple, sur le principe d'égalité qui unit les travailleurs suisses et étrangers. L'image se compose d'une photographie occupant la totalité de la surface de la production. Au premier plan du cliché, huit hommes se tiennent debout, visage de face. Un neuvième homme est accroupi devant eux. Tous sont habillés de manière « décontractée ». Leur regard semble converger dans la même



Figure 28 – *Gleiche Arbeit Gleiche Rechte* (Anonyme). (Bibliothèque nationale suisse, Cabinet des estampes: Collection d'affiches © Olivier Vischer, 1981)



Figure 29 – *NON-SOLIDAIRES d'une initiative... germe de chômage, de pénurie de logis et de crise économique!* (Pierre-André Jacot, 1981). (Bibliothèque de Genève, Da 3170)



Figure 30 – *Non à une fausse «solidarité»* (R. Wälti, 1981). (Droits réservés)

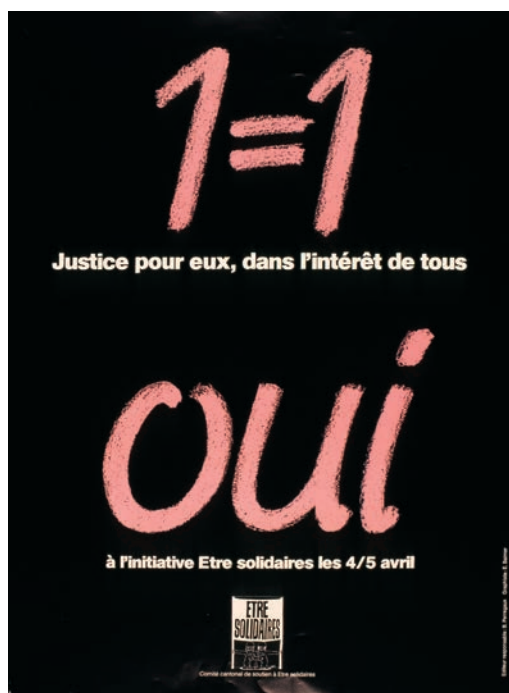


Figure 31 – *1 = 1 Justice pour eux, dans l'intérêt de tous. Oui à l'initiative Être solidaires les 4/5 avril* (E. Balmer, 1981). (Droits réservés) Source : MV-Sion

direction. Un seul d'entre eux tourne sensiblement la tête et regarde clairement en direction du spectateur. À l'arrière-plan de l'image se dessine un paysage urbain coloré en tons rouges et noirs, alors que les hommes du devant sont, quant à eux, représentés en noir et blanc. Sur cette photo, dans la moitié inférieure de l'affiche et à mi-hauteur des hommes, vient s'inscrire le texte suivant : « Même travail – mêmes droits. Oui à l'initiative « Être solidaires ». POCH ».

Ces hommes rassemblés donnent l'impression qu'ils participent à une quelconque manifestation, probablement à un rassemblement syndical. Tous sont symboliquement mis sur un pied d'égalité : leur représentation picturale est semblable. Leur âge et leur allure sont divers. Certains d'entre eux, aux cheveux plus sombres et au teint légèrement plus mat – notamment l'homme au centre, dont le regard est tourné vers le lecteur – figurent probablement des ouvriers étrangers.

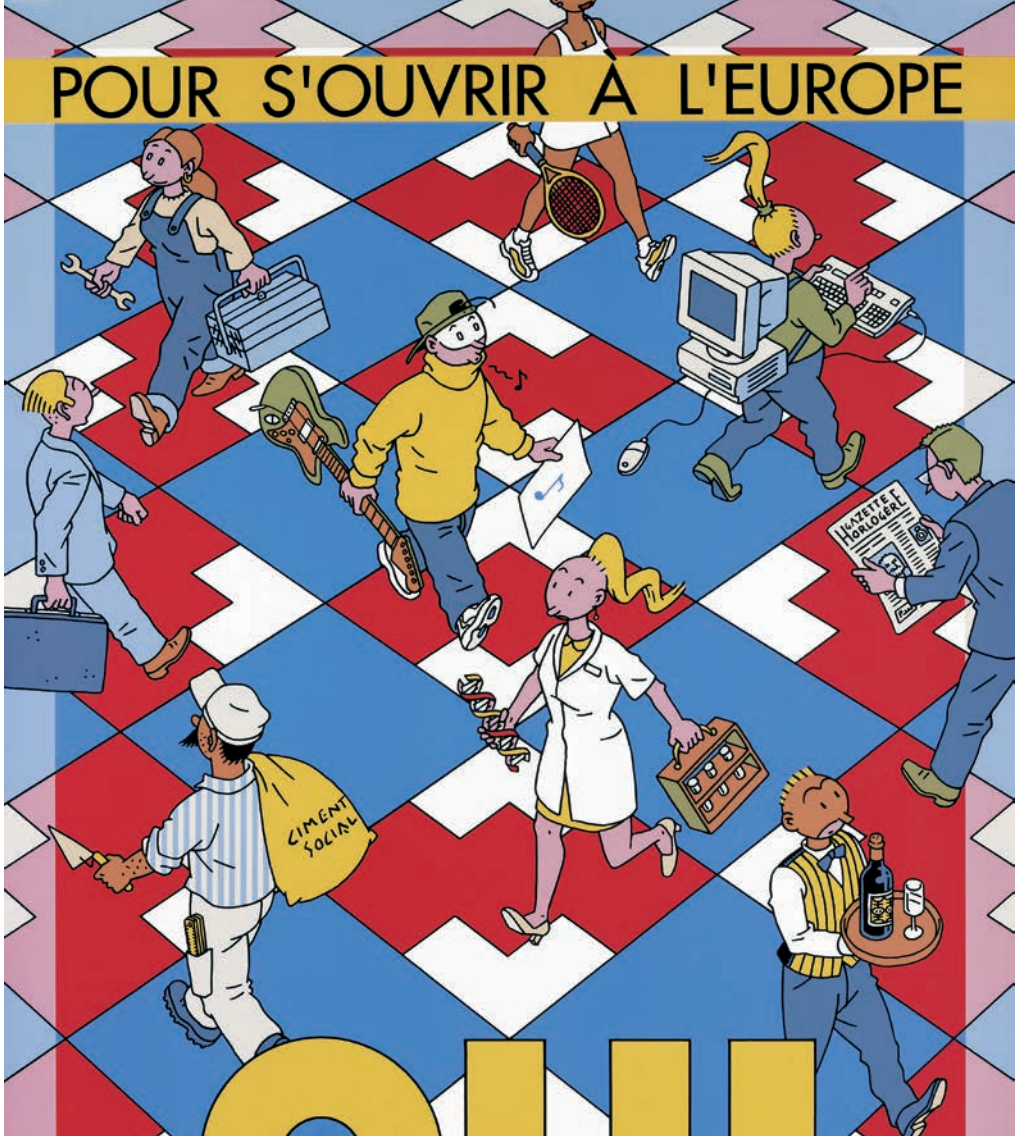
Le message de l'affiche est clair. Le contenu iconographique engendre l'idée d'une cohésion, d'une unité entre les différents membres de ce rassemblement. En dehors de leurs caractéristiques physiques, rien ne différencie ces individus les uns des autres. Face à ce constat d'égalité, les éléments textuels viennent ancrer le message et recontextualisent sa signification. « Même travail » induit l'idée que tous ces hommes sont collègues, qu'ils occupent des postes similaires. « Mêmes droits » vient alors s'imposer comme l'enchaînement logique de ce constat. Mais cet enchaînement n'est que rhétorique et ne s'applique pas dans la réalité sociale de ces individus. Le mot d'ordre vient rappeler que si l'on accepte l'initiative, cette construction textuelle trouvera son accomplissement sur le terrain.

Au-delà du maintien d'une symbolisation extrêmement homogène de l'étranger qui apparaît, à nouveau, uniquement sur les affiches prônant une ouverture et une vision positive de celui-ci, la campagne en faveur de l'initiative « Être solidaires » est également l'occasion de voir émerger deux nouvelles figures des discours visuels sur l'immigration : celles de la « femme » et de l'« enfant ».

Avant la votation de 1981, les étrangers représentés sur les affiches sont effectivement quasiment toujours des hommes. La première femme d'origine immigrée apparaît, dans notre corpus de près de 400 affiches, en 1974 dans le cadre de la campagne contre la troisième initiative contre l'emprise étrangère. Symbolisée sous les traits d'une gouvernante, elle figure sur l'affiche « 500 000 expulsés, ferez-vous leur travail ? » (figure 24, p. 103) et marque l'implication des travailleuses étrangères dans le domaine de l'économie domestique. Cette occurrence constitue l'unique convocation d'une figure féminine de la migration dans les productions datant d'avant les années 1980. Les personnifications

►  
Figure 32  
Pour s'ouvrir  
à l'Europe.  
Oui à la libre  
circulation  
(Exem, 2000).

POUR S'OUVRIR A L'EUROPE



OUI

À LA LIBRE CIRCULATION



SYNDICAT INTERPROFESSIONNEL DE TRAVAILLEUSES ET TRAVAILLEURS  
16, CHAUDRONNIERS, 1204 GENÈVE - TÉL. 810 03 00 - ÉD. RESP.: GEORGES TISSOT - 21 MAI 2000 - SÉRILOZ : BERBÈRE BILATÉROZ

féminines du phénomène restent extrêmement marginales dans les contenus visuels jusqu'à l'histoire la plus récente de l'iconographie politique et sont généralement confinées à des champs d'application des discours extrêmement restreints. La « femme » est ainsi souvent une mère (notamment lorsque l'on aborde la question du regroupement familial, comme dans le cadre de cette affiche en faveur de l'initiative « Être solidaires »), une ouvrière de la restauration, de l'économie domestique ou du domaine des soins, ou une victime devant être protégée.

## **La transition des années 1980**

En parallèle de l'initiative « Être solidaires » se focalisant principalement sur la thématique des travailleurs saisonniers dans le pays, une nouvelle dimension fait son apparition dans les discours politiques sur la migration. Avec l'arrivée d'un nombre grandissant de réfugiés en Suisse à la fin des années 1970, fuyant non plus seulement les régimes communistes, mais provenant de régions de plus en plus variées, les partis politiques se focalisent de plus en plus fortement sur la question de l'asile. Les requérants, notamment ceux issus des régions lointaines, sont alors perçus comme la nouvelle source de péril pour l'unité du pays, l'identité nationale et la cohésion sociale.

Lorsque de nouveaux partis d'extrême droite, établis depuis plus d'une quinzaine d'années tels que les Démocrates suisses ou Vigilance, ou seulement depuis 1985 comme le Parti des automobilistes, émergent de manière plus prégnante dans le paysage politique suisse et s'emparent, une nouvelle fois, de la thématique des étrangers, le terrain est effectivement déjà bien préparé. Depuis une dizaine d'années déjà, un processus de décrédibilisation des demandeurs d'asile est en marche et une nouvelle figure occupe une place de plus en plus importante dans les discours : celle du réfugié « économique », uniquement attiré par les richesses du pays et abusant de la Convention de Genève et du droit d'asile. La question de l'asile devient, dès lors, intrinsèquement liée à celle des étrangers et la conception dichotomique des « vrais » et « faux » réfugiés pénètre le vocabulaire politique<sup>82</sup>.

Différents auteurs<sup>83</sup> considèrent ainsi les années 1980 comme un tournant, un renouveau de la politisation de la question des étrangers en Suisse et en Europe. Le climat politique commence à se modifier et la première manifestation, dans les urnes, de ce phénomène se traduit par le rejet, en 1982, de la nouvelle Loi sur les étrangers (LETR), qui était cependant soutenue par la majorité des grands partis du pays, à l'exception de l'UDC, qui se démarque alors comme un acteur de plus en plus influent sur ces questions.



**Ivan S., Voleur  
et bientôt Suisse?**

**NON** au contre-  
projet

Initiative sur le renvoi: **OUI**

[www.criminels-non.ch](http://www.criminels-non.ch) Comité interpartis NON au contre-projet CCP 60-167674-9

Figure 33 – Ivan S. voleur et bientôt Suisse? NON au contre-projet.  
Initiative sur le renvoi: OUI. (Goal AG Werbung, 2010)



rester  
maître  
chez soi !



avec  
**VIGILANCE** 

Le parti, dont l'orientation idéologique tend toujours plus vers la droite, profite du processus de décrédibilisation de l'asile entamé par les petites formations d'extrême droite, ainsi que des débats de plus en plus houleux sur la relation de la Suisse aux instances supranationales, en particulier à l'Union européenne.

Ce changement de climat, tant discursif qu'idéologique, se manifeste également fortement dans le contexte de l'iconographie politique mise en place par les partis, notamment dans les productions du parti genevois Vigilance. L'un des exemples les plus illustratifs de cette tendance est certainement celui de l'affiche (figure 34) éditée dans le cadre de la campagne de l'organisation populiste pour les élections fédérales de 1983. Lorsqu'on la regarde, le regard est d'abord accroché par une énorme chaussure de sport rouge et blanche, prolongée par une jambe de couleur brune vêtue d'un pantalon rouge. La lecture de l'image se poursuit alors vers un petit personnage à la peau rose, aux cheveux et aux sourcils blancs et vêtu d'un costume traditionnel d'armailli. Celui-ci tente de repousser une porte brune dans l'entrebâillement de laquelle on distingue, au premier plan, la jambe déjà mentionnée, puis, en arrière-plan, trois silhouettes aux contours gris qui apparaissent dans un paysage vide et brumeux. Le parcours visuel aboutit finalement sur le slogan « rester maître chez soi ! » qui s'affiche en lettres blanches sur la partie supérieure de la porte, puis sur sa suite, figurant dans la partie inférieure droite de l'image, « avec VIGILANCE ». Cette dernière insertion textuelle est surmontée du logo du parti (une croix superposée sur la lettre V), lui aussi imprimé en lettres blanches.

La construction argumentative fonctionne prioritairement sur l'opposition entre la taille imposante de la jambe, de la porte, et la toute petite taille de l'homme qui tente de maintenir cette dernière fermée. Elle traduit l'idée d'un combat dont les forces sont inégales, la menace étant clairement disproportionnée par rapport à la grandeur de celui qui lutte contre elle. Ce sentiment de déséquilibre est, de plus, renforcé par le fait que l'armailli est seul pour repousser l'intrusion, alors que ses adversaires sont nombreux (on dénombre du moins le « géant en baskets » et trois autres hommes au loin, représentés par les silhouettes fantomatiques). Le message de l'affiche est suffisamment clair pour ne laisser planer aucun doute sur le narratif déployé : un homme, petit mais déterminé, lutte pour repousser, de ses propres forces, des intrus essayant de pénétrer dans sa maison. Le motif du pied dans la porte, présent dans l'imaginaire collectif lorsque l'on fait référence aux colporteurs ou aux autres visiteurs indésirables, est une figure que l'on retrouve à plusieurs reprises dans l'iconographie politique suisse, notamment sur l'une des affiches (figure 35,

◀ Figure 34  
rester maître  
chez soi!  
avec VIGILANCE  
(Pierre-André  
Jacot, 1983).  
(Bibliothèque de  
Genève, Da 3167)

p. 119) créées par Otto Plattner dans les années 1930. Cette figure symbolise toujours l'idée d'une entrée forcée et non désirée. Ce pied dans la porte s'avère d'autant plus menaçant qu'il ne semble être que le signe avant-coureur d'une intrusion plus massive, puisque trois autres personnages se dessinent en arrière-plan.

Afin d'ancrer un peu plus explicitement l'argumentation déployée derrière ce narratif, l'identité des différents protagonistes est facilement et rapidement identifiable. Le personnage en costume traditionnel représente bien évidemment un citoyen suisse. Le recours au costume de l'armailli traduit une référence à la Suisse traditionnelle et pastorale. L'intrus est, quant à lui, clairement défini comme un « non-Suisse ». Il se situe à l'extérieur de la maison helvétique. Cette représentation de l'altérité est, de plus, renforcée par la couleur de peau brune de la jambe de l'inconnu. Il est ici important de noter qu'en dehors de cette couleur de peau particulière et de la chaussure, au look clairement moins traditionnel que les godillots de l'armailli, les potentiels envahisseurs ne disposent d'aucun élément personnel permettant de les identifier plus clairement que comme étrangers, voire comme requérants d'asile. La figure de cette menace est donc – au sens propre, comme au sens figuré – sans visage. Tout un chacun peut donc y voir ce qu'il veut. Cette menace s'avère ainsi d'autant plus perturbante que, si elle est manifestement présente, elle reste diffuse et floue, sans qu'on puisse déterminer sa nature exacte. Elle fait donc ainsi globalement référence à une mainmise étrangère, une perte de souveraineté pour l'homme qui souhaite « rester maître chez soi ».

Le chez-soi est ici à interpréter comme une représentation de la nation helvétique dont le territoire est présenté comme étant à la merci d'une intrusion massive de l'étranger. Recourant à un narratif récurrent dans l'imaginaire national, l'affiche exploite le symbole d'un guerrier isolé défendant, envers et contre tout, sa patrie contre l'invasion étrangère. Elle défend également l'idée de la préservation d'une nation traditionnelle contre la modernité (les vêtements de l'intrus vs la tenue du Suisse). Le message reprend ainsi un grand nombre des classiques de la communication visuelle de droite à tendance apocalyptique dont les bases ont été jetées durant l'entre-deux-guerres par des affichistes de renom tels qu'Otto Plattner ou Noël Fontanet. Le style iconographique de Pierre-André Jacot, propagandiste attitré de *Vigilance*, se fonde effectivement sur une illustration proche de la caricature, des codes couleurs, des motifs et des constructions visuelles rappelant fortement le design des affiches créées par ses prédécesseurs un demi-siècle plus tôt. On observe ainsi une rhétorique visuelle plus radicale que celle de la période du Mouvement contre l'emprise étrangère et le retour d'une représentation plus directe de l'étranger comme menace pour le pays. Il est, ici, désigné plus frontalement que dans les productions des deux décennies précédentes, comme un « hôte indésirable », un élément forçant l'entrée de manière ino-

►  
Figure 35  
*Darum Hausier-  
Gesetz* (Otto J.  
Plattner, 1934).  
(Droits réservés)

HAUSIEREN  
VERBOTTEN

Darum  
**Hausier-  
Gesetz**

**JA**

WASSERMANN & CO. GRAF. ANSTALT BASEL





Figure 36 – trop... de faux réfugiés ...d'étrangers ...de criminalité pas assez... de logements ...de sécurité ...d'aide sociale. RAS L'BOL il faut que ça change avec VIGILANCE (Pierre-André Jacot, 1985). (Bibliothèque de Genève, Da 3166)



Figure 37 – *Damit wir helfen können, die wirklich Hilfe brauchen. Ja zu den Asyl-Vorlagen* (Inconnu, 1987). (Bibliothèque nationale suisse, Cabinet des estampes : Collection d'affiches)

opportune. Cette menace, si elle est clairement définie comme étant d'origine étrangère, n'a cependant pas de visage et ne peut ainsi être clairement identifiée, ce qui rend le sentiment d'insécurité et de danger imminent encore plus prégnant.

Cette affiche électorale du parti emblématique genevois se conclut sur le point final de la lecture du message: «avec VIGILANCE». Cette mention incite tant les votants à rester vigilants face aux menaces qui pourraient les atteindre qu'à soutenir, plus globalement, l'organisation politique par leurs voix. Le parti se présente ainsi comme le seul défenseur de cette Suisse traditionnelle à la merci des influences extérieures. Il fut effectivement l'un des architectes du renouveau de la rhétorique anti-immigration en Suisse romande et premier, à recourir à la notion de «faux réfugié» dans ses affiches (figure 36). Il fut également un ardent opposant à la ratification de traités internationaux et à l'adhésion de la Suisse aux organisations internationales, percevant toute proposition allant dans ce sens comme une menace pour la souveraineté populaire.

Les années 1980 constituent ainsi un double tournant dans l'histoire de la politisation de la question des étrangers. D'un point de vue global, elles se caractérisent par l'émergence de nouvelles thématiques, avec l'apparition, notamment, de l'asile et la relation du pays aux instances supranationales comme éléments moteurs des discours anti-étrangers. D'un point de vue visuel, cette décennie marque le retour iconographique d'une rhétorique remise depuis plusieurs décennies. Les représentations picturales renouent ainsi avec un style illustratif caricatural typique des années 1930 et de la communication des organisations conservatrices de droite de l'époque. Si ce retour en arrière esthétique marque le retour de codes et de symboles visuels anciens, il est également symptomatique d'une réapparition des discours et idéologies conservatrices et d'un durcissement dans le ton des discours visuels ; un processus qui ne fera que s'intensifier dans les décennies suivantes, notamment du fait de la professionnalisation grandissante de la communication politique, du développement croissant des démocraties médiatiques et de la radicalisation des discours sur l'immigration.

La votation de 1987 sur l'asile et les étrangers engendre déjà une forte implication des organismes opposés à cette révision, mais les représentations picturales de l'étranger, en tant que telles, restent absentes de leurs outils communicationnels. Bien que la question de l'asile focalise presque toute l'attention des différents acteurs impliqués dans les débats, aucun requérant n'y est représenté. Les principaux arguments d'opposition à ces propositions restrictives se basent sur des justifications humanitaires (« un coup de cœur avec le parti », titre notamment le Parti démocrate-chrétien (PDC)) et le rejet d'une politique de fermeture du pays, presque tous exprimés sous des formes purement textuelles. Du côté des partisans des deux objets (qui s'avèreront victorieux dans les urnes), la stratégie de communication établie reste également cantonnée au slogan devant inciter les votants à accepter les deux révisions. Le slogan exploité par l'*Aktionskomitee für eine Asylpolitik ohne Missbräuche* (Comité d'action pour une politique d'asile sans abus<sup>84</sup>) (figure 37) témoigne cependant relativement bien de la nouvelle réorientation des discours sur l'asile, puisqu'il résume parfaitement la dichotomie mise en place entre « faux » et « vrais » réfugiés. Il recommande effectivement le oui à la révision de la LAsi, afin que ceux qui ont vraiment besoin d'être aidés puissent l'être (« *Damit wir denen helfen können, die wirklich Hilfe brauchen* »). La stratégie rhétorique mise en place vise donc ici non pas à dénoncer le droit d'asile en lui-même, mais à délégitimer les demandes d'asile déposées par certains requérants (sans qu'on sache très bien lesquels).

Suite à cette révision de la LAsi, la figure du travailleur étranger opère, en 1988, un retour marqué dans le paysage politique lors de l'ultime initiative de l'Action nationale à passer en votation populaire : l'initiative « Pour une



◀ Figure 38  
Limitation de l'immigration Oui  
... sur 3 rapatriés volontaires  
seulement 2 nouveaux  
immigrés (K.R. Erny, 1988).  
(Droits réservés)

limitation de l'immigration », visant une nouvelle fois à lutter « contre la surpopulation étrangère » par l'établissement de quotas. Si cette nouvelle initiative est rejetée par deux tiers des votants, la campagne précédant cette décision a cependant donné lieu à une série d'affiches relativement importante, signe que l'objet a suscité une forte mobilisation, notamment parmi les opposants à cette nouvelle tentative de diminution du taux d'étrangers résidant en Suisse.

Un certain nombre d'affiches sont effectivement produites pour lutter contre cette énième et ultime tentative de l'Action nationale au niveau fédéral. Si une partie d'entre elles restent également construites sur le mode d'une communication purement textuelle et dénoncent une nouvelle fois simplement la xénophobie de la proposition soumise au vote, différents acteurs choisissent cependant l'image pour rappeler la place des travailleurs étrangers dans l'économie suisse. Sur des affiches reprenant les codes de la rhétorique visuelle établie par les opposants au mouvement de Schwarzenbach dans les années 1970, apparaissent à nouveau les visages des *Gastarbeiter*. Les deux affiches de notre corpus mettant en scène cette figure évitent cependant de reprendre tel quel le portait type de l'ouvrier moustachu, ce qui n'est pas le cas de l'affiche de l'Action nationale (figure 38).

▶ Figure 39  
L'initiative  
xénophobe  
du 4 décembre  
1988 VOTEZ  
NON  
(Eric Buche,  
1988).  
(Bibliothèque  
de Genève,  
Da 1062)

L'INITIATIVE XÉNOPHOBES DU 4 DÉCEMBRE 1988

# VOTEZ NON



SOCIÉTÉ DES HÔTELIERS DE GENÈVE



**Ils bâtissent pour vous.  
vous voterez pour eux:**

**OUI** aux 40 heures!

**NON** à l'Action  
Nationale!

**OUI** à l'initiative  
ville-campagne!

**FOBB**

Syndicat du bâtiment et du bois

Editeur responsable: Jan Doret c/o FOBB, 15, rue Necker - 1201 GE - Graphiste: J.-J. Clarner, Genève - Imp. Avenir S.A.

L'affiche de la Société des hôteliers genevois (figure 39, p. 123) illustre le sort que l'initiative réserve aux travailleurs étrangers par le portrait, certes, d'un cuisinier moustachu, mais aussi d'un homme et d'une femme aux cheveux noirs dont la tenue laisse penser qu'il s'agit d'un serveur et d'une serveuse d'un grand restaurant, et d'un troisième homme aux cheveux clairs tout habillé de blanc. Tous ont les traits tirés, figés par la tristesse et la colère. À l'arrière-plan de ceux-ci, une lignée d'hôtels et restaurants affichent « fermé », alors qu'à leur gauche une famille de touristes aux cheveux clairs venus visiter Genève les regarde d'un air dépité.

Une autre affiche dénonçant les conséquences potentiellement néfastes de l'initiative met en scène une femme aux longs cheveux portant un plateau de serveuse, un ouvrier de la construction à la peau claire et aux cheveux bruns et une infirmière aux cheveux noirs et à la peau claire derrière une barrière douanière. Par un effet d'optique pouvant laisser croire qu'elle est celle du spectateur, une main tendue, au-delà de la frontière, en direction des trois personnages accompagne le slogan « que ferions-nous sans eux ? ».

Si le discours utilitariste convoqué dans ces images est un copié-collé de celui utilisé dans les années 1970 et si les fonctions attribuées aux étrangers restent cantonnées à des secteurs bien spécifiques<sup>85</sup>, on peut cependant noter une forme de diversification de la représentation du travailleur étranger. Celui-ci n'est effectivement plus seulement symbolisé sous les traits d'un homme moustachu aux cheveux noirs et à la peau mate, mais comme un individu, homme ou femme, dont les traits physiques sont variables et protéiformes. Cette première forme de diversification du profil de l'étranger, même si elle est relative et toujours liée à la notion de l'utilité de celui-ci pour l'économie, est à souligner.

La votation de 1988 marque également le retour à l'utilisation de l'illustration dans la communication des organisations de gauche, notamment avec l'entrée en jeu de l'auteur de bande dessinée Exem, qui créa de nombreuses affiches politiques pour les acteurs engagés dans le canton de Genève. Son style, pastiche de la ligne claire d'Hergé, exploite effectivement des figures caricaturales pour transmettre ses messages, et convoque parfois même des personnages bien connus du grand public, comme dans le cas de son affiche (figure 41, p. 127) réalisée pour le Comité unitaire contre la xénophobie dans le cadre de sa campagne contre l'initiative « Pour une limitation de l'immigration ». L'affiche créée à cette occasion met effectivement en scène deux douaniers accueillant différemment deux groupes d'étrangers souhaitant passer la frontière suisse. La mention en deux langues (*zoll* et *douane*) sur la barrière douanière et la montagne enneigée en arrière-plan suffisent effectivement pour contextualiser le lieu où se déroule la scène.

◀ Figure 40  
Ils bâtissent  
pour vous.  
vous voterez  
pour eux : oui  
aux 40 heures!  
non à l'Action  
Nationale!  
oui à l'initiative  
ville-campagne!  
(J. J. Glarner,  
1988). (Droits  
réservés)

Le regard du spectateur est tout d'abord attiré par les deux personnages à la gauche de l'image, qui sont sévèrement renvoyés à coups de pied par l'un des douaniers. Ceux-ci représentent Tintin et Tchang, deux héros des albums d'Hergé. Le regard bute ensuite sur le mur bordeaux et est ainsi renvoyé vers la Cadillac de même couleur. Dans cette voiture, deux nouveaux personnages se dessinent. Il s'agit de Rastapopoulos et du colonel Olrik, respectivement méchants emblématiques des aventures de Tintin et de Blake et Mortimer.

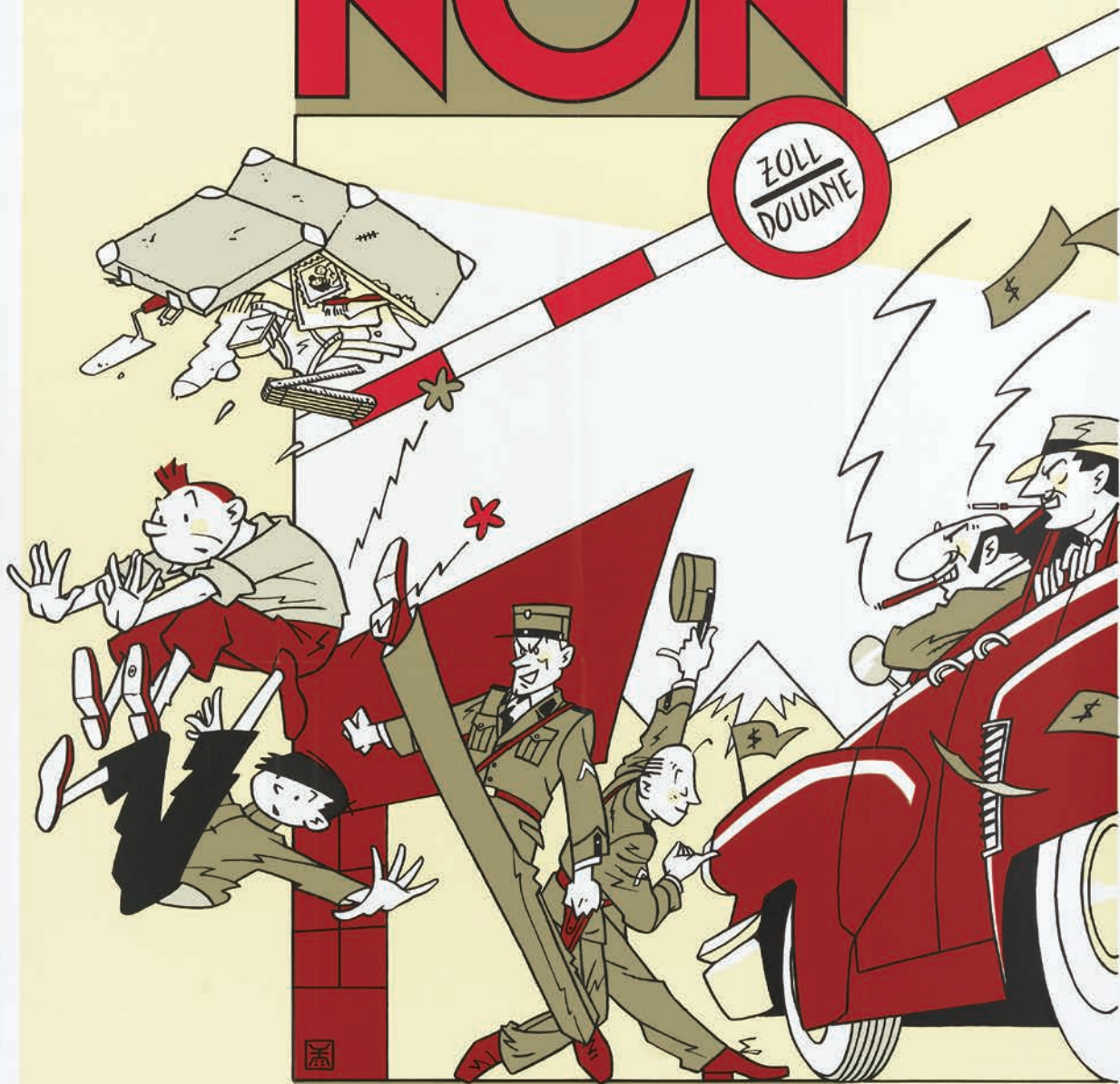
La nature du discours iconographique construit dans cette image est un peu différente de celle habituellement déployée dans les affiches dénonçant les propositions visant à limiter l'immigration. Les personnages mis en scène n'ont effectivement pas de valeur « pour eux-mêmes », mais sont uniquement convoqués afin de pouvoir mettre en place la narratif de l'image. D'un côté, les « gentils » étrangers sont brutalement refoulés à la frontière du pays, alors que, de l'autre, les « méchants » étrangers sont accueillis par des courbettes. La rhétorique construite ici joue donc également sur la mise en place d'une représentation dichotomique entre les « bons » et les « mauvais » étrangers. Cependant, cette dichotomie ne répond pas aux mêmes critères que ceux établis dans le cadre de la distinction entre les « faux » et les « vrais » réfugiés. Le discours visuel ne dénonce effectivement pas les intentions corrompues de certains immigrants voulant rejoindre le pays, mais l'établissement d'une politique sélective des personnes admises sur le territoire. D'un côté, les quidams dotés de nobles intentions sont perçus comme systématiquement discriminés, alors que, de l'autre, les criminels fortunés sont accueillis à bras ouverts. Le message développe ainsi l'idée d'une xénophobie sélective guidée par les intérêts financiers du pays.

### **Des années 1990 à aujourd'hui : la lutte farouche pour le *Alleingang* helvétique et la diffusion d'une xénophobie de masse**

Les années 1980 se terminent sur l'effondrement du Rideau de fer, événement qui contribue à remodeler durablement l'évolution des mouvements migratoires en Europe et la perception faite de l'altérité. À ce phénomène s'ajoutent d'autres évolutions sociétales fondamentales qui contribuent à refaçonner durablement les conceptions de l'appartenance et à remettre en cause les identités clairement établies. L'âge de la mondialisation est ainsi également celui de la « résurgence des nationalismes »<sup>86</sup>. L'étranger retrouve ainsi un rôle fondamental dans cette quête de sens et joue alors « un rôle symbolique de premier plan dans le développement des néonationalismes qui se construisent sur la fermeture ethnique et le populisme ».

►  
Figure 41  
Non  
à l'initiative  
xénophobe  
(Exem, 1988).

# NON



# À L'INITIATIVE XÉNOPHOBIE

COMITÉ

UNITAIRE

CONTRE

LA

XÉNOPHOBIE

Ed. Resp. Bernard BÉROUD

4 DECEMBRE 88

Séigraphie C. HUMBERT-DROZ

Sous des appellations multiples (« Backlash against diversity », particularisation du nous, résurgence des nationalismes, ethnicisation des nationalismes, nationalisation du monde social), nombres d'auteurs s'accordent ainsi sur l'idée d'un retour massif de la politique identitaire et de la réaffirmation agressive des appartenances dès le début du XXI<sup>e</sup> siècle, voire à la fin du XX<sup>e</sup> siècle. Ce processus résulte, de notre perspective, d'une quête de signification et d'une volonté de stabilisation dans un monde en pleine évolution au sein duquel les notions de frontières et d'États-nations sont remises en question comme rarement auparavant. Le retour des discours conservateurs au sujet des notions sensibles que sont l'altérité et l'identité se double d'un processus de délégitimation des flux migratoires et d'attaques plus ou moins directes envers les étrangers. Cette évolution se manifeste notamment par l'apparition de plus en plus prégnante dans les médias et les discours politiques de figures stéréotypiques par le biais desquelles les immigrés sont dépeints comme des menaces pour le système social, culturel et économique du pays, déviants, fainéants, profiteurs, incapables de s'intégrer, criminels, etc. Van Leeuwen et Wodak<sup>87</sup> résument cet état de fait en le définissant comme l'apparition d'une nouvelle forme de racisme européen, d'ethnocentrisme, d'antisémitisme et de xénophobie basée sur les droits humains des migrants et des réfugiés.

La race ne constitue plus que très rarement le critère officiel de la discrimination, mais la distinction est ainsi souvent réorientée sur la notion de culture, notamment lorsqu'il s'agit d'aborder la question des droits politiques<sup>88</sup>.

En Suisse, cette volonté de défendre le particularisme helvétique et l'identité traditionnelle qui lui est liée se concrétise notamment dans le refus historique du pays, sanctionné par une votation populaire en 1992, d'adhérer à l'Espace économique européen (EEE). Cette votation constitue effectivement un tournant important dans l'histoire du pays, puisqu'elle participe à l'établissement d'une volonté populaire d'affirmer la singularité du pays et une défense farouche de sa neutralité sur le plan politique. Elle est également à percevoir comme une victoire personnelle de Christoph Blocher, extrêmement engagé sur le terrain de la campagne contre l'EEE, et de son parti, sans précédent sur le plan fédéral. L'UDC, seule formation gouvernementale opposée à cette adhésion, profite effectivement grandement de ce succès pour asseoir sa réputation au niveau national, notamment dans les cantons romands, au sein desquels elle peinait jusqu'alors à convaincre. Surfant sur ce contexte favorable (la loi sur les mesures de contrainte en matière de droit des étrangers est plébiscitée par près de trois quarts des votants en 1994) et cette nouvelle visibilité, le parti agrarien parvient, en 1996, à faire passer sa première initiative populaire

en votation fédérale. Le texte de l'initiative, entièrement centré sur la question de l'asile, constitue l'expression d'un « amalgame associant de manière délibérée réfugiés et immigrants clandestins »<sup>89</sup>. Il traduit l'établissement formel d'une catégorisation des réfugiés selon la validité perçue de leur demande d'asile. La notion d'abus devient centrale pour légitimer les revendications de durcissement du droit d'asile et rejeter, du même coup, toute remise en question globale de ce droit. « Pour la droite nationaliste, l'image d'une Suisse terre d'asile "traditionnelle" et "mythique", fidèle à ses engagements humanitaires n'est pas altérée, dans la mesure où il s'agit de lutter contre des usurpateurs qui abusent du droit d'asile. »

Si la votation de 1996 constitue la première manifestation officielle de la rhétorique de l'abus sur le plan fédéral, les affiches émises dans le cadre de la campagne précédant le scrutin restent relativement sobres. Du côté des opposants à l'initiative de l'UDC, les productions restent presque toutes exclusivement textuelles. L'objet est traité à égalité avec les autres objets soumis simultanément au vote et les recommandations à son encontre sont noyées parmi les autres recommandations. Seul le Comité unitaire contre la xénophobie diffuse une affiche dédiée uniquement à cet objet. L'image créée pour l'occasion montre une foule composée de nombreux personnages. Quinze visages sont ainsi représentés. Treize d'entre eux, dont certains disposent de détails personnels diversifiés tels que la forme du visage, la couleur des cheveux ou la présence ou non d'accessoires (cravate, lunettes, etc.), sont représentés les coins de la bouche vers le bas. Leur regard converge vers le coin inférieur droit de l'affiche, vers un homme qui leur est plus ou moins semblable, si ce n'est la couleur de sa peau légèrement plus foncée, son regard plus doux et sa bouche qui esquisse un sourire. Dans la partie supérieure gauche de l'image, un autre homme se distingue également des autres personnages. Sa tenue rouge et son attitude le différencient effectivement de la masse des treize hommes au visage manifestant des signes de mécontentement et d'énervement. Ce dernier crie, les bras levés vers le ciel. À l'extrémité supérieure de l'affiche, une bande noire, faisant office de phylactère pour exprimer l'exclamation de l'homme en rouge, contient les caractères suivants : « immigration : pourquoi tant de haine ? » Sur toute la largeur inférieure de l'image, le mot d'ordre « non à une initiative simpliste et trompeuse », puis la mention du nom du comité sont mentionnés dans la partie inférieure de l'affiche.

L'image montre ainsi une foule dont la majorité des individus qui la composent semblent irrités et en colère du fait la présence de l'homme « étranger ». Elle construit alors un message laissant penser qu'une majorité de la population cultive des sentiments négatifs envers les personnes d'origine

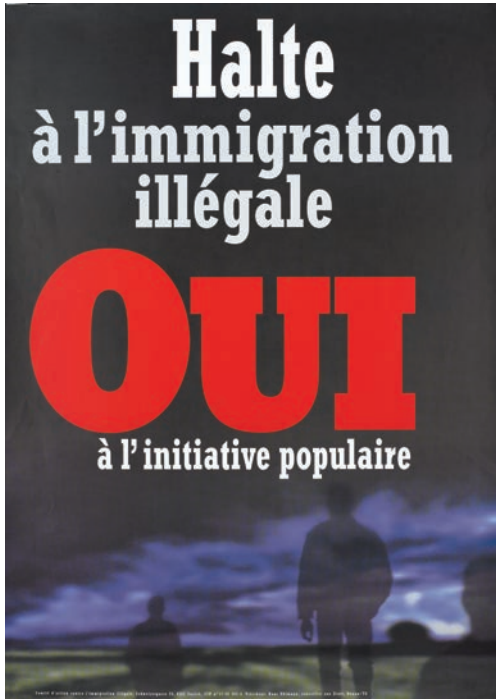


Figure 42 – *Stoppt illegale Einwanderung Ja zur Volksinitiative* (Inconnu, 1996). (Droits réservés)



Figure 43 – *Stoppt die illegale Einwanderung am 1. Dezember JA Volksinitiative gegen illegale Einwanderung* (Inconnu, 1996). (Bibliothèque nationale suisse, Cabinet des estampes : Collection d'affiches)

étrangère. L'homme qui s'offusque de la situation, et par là même l'émetteur du message, dont la voix relaye les positions du mandataire, souligne quant à lui l'acharnement dont font preuve les partisans de la lutte contre l'immigration de par les nombreuses initiatives soumises au peuple. Il pointe du doigt une xénophobie largement répandue parmi les citoyens et incite le peuple à réagir face à ces propositions.

La représentation du seul étranger réussit à outrepasser les traditionnels portraits stéréotypés et ne symbolise sa différence que par une couleur de peau légèrement plus foncée que les autres personnages. Aucun autre attribut physique ou vestimentaire ne le distingue des autres, ses traits sont en tous points identiques à ceux des autres hommes représentés, si ce n'est l'expression de son visage, beaucoup plus douce et bienveillante que celle de ses voisins. Son expression laisse ainsi penser qu'il est un homme normal, un « Monsieur Tout-le-monde » sans aucune arrière-pensée. Cette symbolisation tranche nettement

avec celle présente dans les discours de l'UDC mettant en avant la figure de l'immigrant clandestin pour défendre les restrictions du droit d'asile demandées par son initiative.

Les deux affiches<sup>90</sup> (figure 42 et 43) émises par le parti de Christoph Blocher pour soutenir son texte font effectivement entrer la notion d'illégalité<sup>91</sup> de plain-pied dans les débats sur l'immigration. Lors de la lecture de l'image, le spectateur est tout d'abord attiré par le mot « *Stoppt* » (« Stoppez »), dont la taille de la police est la plus grande de toute une série d'insertions textuelles en lettres blanches qui se poursuit de la sorte : une ligne en dessous figure le texte « *die illegale* », puis une ligne plus bas « *Einwanderung* » (qui constituent ensemble la mention « l'immigration illégale »). Suite à cette accroche visuelle, le regard est orienté vers cinq petites silhouettes floues dans les tons blanc et bordeaux semblant émaner du coin supérieur gauche de l'image. Leurs contours peu nets et la répartition de leur coloration font penser aux images de surveillance vidéo, notamment celles enregistrées par les caméras thermiques.

La lecture du message se poursuit ensuite vers le mot d'ordre « *JA* » (« OUI »), qui se détache du fond noir uniforme en très grandes lettres rouge foncé. Divers éléments textuels en plus petites lettres blanches agencés autour du « *JA* » viennent alors contextualiser le message en précisant la date, « *am 1. Dezember* : », puis l'objet de la votation, « *Volksinitiative gegen illegale Einwanderung* ». La signature du parti, symbolisé par le logo de l'époque « *SVP* » (« UDC ») en épaisses lettres blanches apposées sur un rectangle composé de deux bandes vert clair et vert foncé, vient finalement clore la lecture du message.

Le narratif construit par ce cheminement visuel met au premier plan la notion d'immigration illégale, présente tant dans les insertions textuelles que dans les représentations graphiques. L'image utilisée donne effectivement l'impression qu'il s'agit d'une capture d'écran réalisée sur l'enregistrement d'une caméra de surveillance. Les silhouettes semblent vouloir se faufiler au travers d'un paysage dont on ne distingue aucun trait. L'image ne nous permet ainsi ni de contextualiser le lieu de l'action, ni d'identifier les protagonistes au centre de celle-ci. Ses silhouettes floues et colorées « thermiquement » ne disposent effectivement d'aucun élément personnel permettant de leur assigner une identité de genre ou une quelconque appartenance ethnique. Seul le texte accompagnant cette image rend le discours plus explicite et rattache cette illustration floue et fantomatique à un contexte particulier d'énonciation.

En présentant une figure abstraite, dépersonnalisée et décontextualisée de la migration, l'UDC parvient à dresser le portrait d'une immigration illégale menaçante et introduit l'idée de clandestinité et du franchissement illicite des frontières. Si le parti ne fait jamais explicitement référence au territoire ou à

l'identité suisse dans son affiche, elle lie cependant clairement la politique du pays à cette notion et présente son initiative comme étant la seule pouvant prévenir contre l'intrusion abusive de ces personnes dans le pays. Cette représentation de la menace reste cependant dépersonnalisée. L'étranger n'est donc pas affublé lui-même d'éléments le présentant comme menaçant, mais c'est plutôt le phénomène migratoire général qui est attaqué.

Le discours anti-immigration prend effectivement un nouveau tournant en 1999, année qui s'avère cruciale dans la politisation de la thématique de l'asile, notamment du fait de la votation de juin sur la nouvelle loi sur l'asile et l'adoption de mesures d'urgence dans le domaine de l'asile et des étrangers, et de par le lancement de la récolte de signatures d'une nouvelle initiative de l'UDC «Contre les abus dans le droit d'asile».

Dans le contexte de la guerre des Balkans et d'un nombre record des demandes d'asile déposées dans le pays, la Suisse se trouve effectivement confrontée à une configuration nouvelle et se doit de définir sa position face à l'ampleur sans précédent de ce phénomène. La tradition d'accueil est remise en question et l'intégration de nouvelles populations questionnée. Les partisans du droit d'asile voient ainsi leurs conceptions remises en cause par les acteurs réclamant des restrictions dans ce domaine. Cristallisant ces représentations, deux nouvelles figures viennent alors s'affronter dans les discours visuels.

Lors de la votation sur la LAsi, les Verts et les Jeunes pour le droit d'asile diffusent chacun une affiche mettant en scène une femme confrontée à l'exil. Sur une photographie en noir et blanc, l'affiche des Verts (figure 45) montre trois personnages assis sous une tente blanche, semblable à celles que l'on voit dans les camps de réfugiés. Si on ne distingue qu'une petite partie du troisième personnage, le visage des deux autres protagonistes est nettement visible. Dans la pénombre de la tente, une femme relativement jeune aux longs cheveux apparaît. Au premier plan, juste dans l'entrebâillement de la porte de tissu, une femme âgée affiche une mine défaite. Celle-ci porte un voile blanc cachant sa chevelure et des vêtements amples et épais. La trame visuelle de cette représentation n'est d'ailleurs pas sans rappeler la photographie iconique de Dorothea Lang «*Migrant mother*». Au-dessus de cette image figure la question «Et si c'était vous?», adressée par le parti écologiste au spectateur.

L'affiche (figure 44) des Jeunes pour le droit d'asile reprend, quant à elle, une figure du même acabit. La trame de la production est constituée d'une photographie en noir et blanc représentant un paysage désolé. Sur l'extrémum de la photo, figure une femme vêtue d'une robe-chemise foncée à pois blancs.

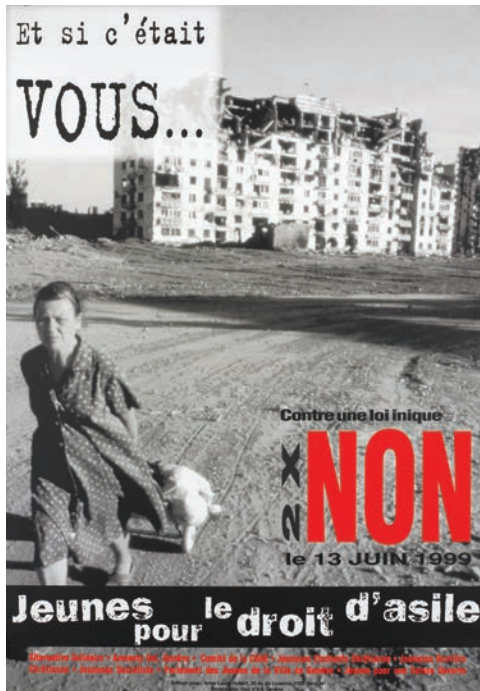


Figure 44 – Et si c'était vous... contre une loi inique 2 x non (Inconnu, 1999). (Bibliothèque de Genève, Da 2905)

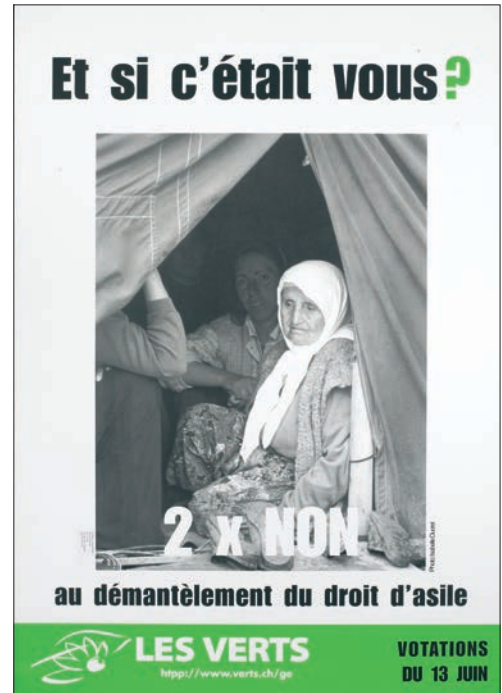


Figure 45 – Et si c'était vous ? 2 x NON au démantèlement du droit d'asile. Votations du 13 juin (Isabelle Ducret, 1999). (Bibliothèque de Genève, Da 2924)

Sa peau est blanche, ses cheveux bruns sont attachés. Ses traits sont tirés et son regard est grave. Elle tire derrière elle une petite charrette sur laquelle est posé un baluchon blanc. La femme marche, tirant ce chargement derrière elle, sur un chemin de terre. À l'arrière-plan de cette image, s'étend une barre HLM occupant presque la totalité de la largeur de l'affiche. L'immeuble est éventré, les étages supérieurs du bâtiment sont démolis. Entre le chemin et la construction en ruine, un terrain dévasté occupe l'espace.

Après avoir parcouru l'intégralité de cette image, le spectateur est attiré par une insertion textuelle apposée sur un fond blanc translucide dans le coin supérieur gauche de l'affiche. Comme dans le cadre de l'affiche des Verts, l'énonciateur du message interpelle le citoyen par l'énoncé « Et si c'était vous... », à la différence près que la phrase se termine ici par trois points de suspension et non un point d'interrogation. Le «NON» imprimé en lettres rouges vif vient alors attirer le regard du lecteur, qui parcourt ensuite les

insertions textuelles entourant ce mot d'ordre (« 2 x » sur la gauche, « contre une loi inique » sur le dessus, puis « le 13 juin 1999 » en dessous de celui-ci). Sous ces différents éléments, se trouve ensuite une bande noire contenant le nom de l'émetteur du message; puis, au-dessous de celle-ci, à l'extrême inférieur de l'affiche, la liste des organisations regroupées sous le nom des « Jeunes pour le droit d'asile » figure en petites lettres rouges.

Dévoilant l'image d'une femme fuyant une ville en ruine, l'affiche insiste sur les drames humanitaires poussant les populations à l'exil. La femme semble fuir, laissant tout ce qu'elle possède, si ce n'est le petit baluchon qu'elle tire péniblement derrière elle. Dans ces deux affiches, une figure féminine symbolise, pour la première fois, à elle seule la représentation des étrangers mise en place dans le cadre du discours visuel convoqué. Insistant sur le désarroi de la femme et l'horreur de la scène dévoilée par la photographie, le texte vient interpeller le spectateur et le questionner sur la manière dont il réagirait s'il était confronté à une telle situation, notamment par le biais de l'interpellation qui lui est adressée par le slogan « Et si c'était vous... ».

Il souligne ensuite l'iniquité qu'engendrerait l'acceptation de la nouvelle loi sur l'asile. Le comité des Jeunes pour le droit d'asile présente effectivement les restrictions demandées dans cette loi, acceptée par plus de 70 % des votants, comme remettant en cause le droit d'asile et ses principes. La notion de « démantèlement du droit d'asile » apparaît également dans d'autres affiches produites par les opposants de ces révisions. En corollaire aux « abus » constamment dénoncés par les défenseurs de l'implémentation d'une politique d'asile restrictive, la notion de « démantèlement du droit d'asile » devient le fer de lance des opposants aux restrictions proposées et l'arme principale pour dénoncer les iniquités engendrées par celles-ci.

Cette formule, que l'on rencontre également dans sa version allemande, *Aushöhlung des Asylrecht*, se retrouve effectivement dans un certain nombre des affiches des défenseurs du droit d'asile, et ce jusqu'aux plus récentes votations portant sur ce thème. Elle est notamment au centre de l'affiche (figure 46) produite par l'association Vivre ensemble dans le cadre de la même votation de 1999. L'affiche est divisée en deux parties égales peintes uniformément, chacune dans une couleur bien particulière; la moitié inférieure est bleue, la partie supérieure est orange. Sur chacune de ces plages colorées figure une silhouette de la couleur inverse. Le regard du spectateur est immédiatement attiré par le conflit chromatique important entre ces deux couleurs. Les deux silhouettes sont dessinées de manière relativement simple et enfantine. Elles prennent effectivement les traits de formes de couleur d'un bloc, dont seules la tête et les mains se détachent. Celles-ci ne comportent aucun trait caractéristique ou

►  
Figure 46  
Droit et sécurité  
aussi pour  
les réfugiés.  
Démantèlement  
du droit d'asile:  
2 x non  
le 13 juin.  
(Albin Christen,  
1999).  
(Bibliothèque  
de Genève, Da  
2904)

**DROIT ET SÉCURITÉ**  
**AUSSI POUR LES**  
**RÉFUGIÉS**

**DÉMANTÈLEMENT**  
**DU DROIT D'ASILE:**  
**2X NON LE 13 JUIN**  
**ASILE.CH**

personnalisé. Il est donc impossible de leur donner une identité de genre, d'appartenance ethnique, etc. Une fois le spectateur habitué à cette première accroche, la lecture du message se poursuit vers la ligne en traitillé blanche qui démarque les deux moitiés colorées. Cette ligne blanche dirige alors l'œil du spectateur vers une seconde ligne blanche, située dans le coin supérieur gauche de l'affiche. Cette ligne continue sépare deux insertions textuelles imprimées en lettres bleues sur le fond orange. Au-dessous de la ligne, figurent les mots « droit et sécurité », puis, au-dessous de cette même ligne, « aussi pour les réfugiés ». La lecture de l'image aboutit finalement sur un nouveau carré de texte, imprimé en lettres blanches et orange sur le fond bleu. Cette partie comporte notamment la mention « démantèlement du droit d'asile » (en blanc), le mot d'ordre « 2x non » (en orange), la date de la votation « le 13 juin » (en blanc), puis, à la droite d'une épaisse ligne orange, la référence au site « asile.ch » (en blanc), plateforme internet de l'association Vivre ensemble.

Le discours établi présente deux individus dans deux contextes différents. Chacun évolue dans sa moitié colorée, sans pouvoir pour autant communiquer l'un avec l'autre. Les deux moitiés de l'image sont effectivement séparées par la ligne en traitillé blanche, dont la forme rappelle la manière dont les frontières sont tracées sur les cartes géographiques. Leur attitude laisse cependant penser qu'ils tentent de s'approcher l'un de l'autre. Les têtes des deux personnages sont effectivement orientées vers le centre de l'image (la silhouette de la partie supérieure est ainsi représentée la tête en bas), leurs bras sont tendus les uns vers les autres. Le narratif de l'image construite ici est habilement développé, mais reste très abstrait et décontextualisé si l'on ne tient pas compte des informations fournies dans les textes idoines. L'image ne donne effectivement aucune information sur le lieu dans lequel sont représentés ces individus, ni d'éléments permettant d'identifier les protagonistes. Seules les insertions textuelles permettent d'assigner des caractéristiques supplémentaires et une situation spécifique aux représentations convoquées.

La mention « aussi pour les réfugiés » donne ainsi la possibilité aux lecteurs de comprendre que l'une des deux silhouettes représente un réfugié, et que, par effet de miroir et en référence à la locution « aussi », l'autre n'en est pas un. La composition graphique et le « aussi » fonctionnent ainsi sur la distinction entre ces deux personnes présentées dans des contextes différents. Elle joue sur l'idée d'une réciprocité et d'une symétrie entre les deux situations. Si les deux silhouettes sont représentées dans des couleurs et un paysage différents, elles sont cependant presque identiques et les contrastes chromatiques entre le bleu et l'orange vif résonnent de la même manière de

chaque côté de la frontière blanche. C'est justement cette frontière qui marque si remarquablement une limite nette et bien définie entre les deux parties de l'image et qui semble tout à coup établie de manière arbitraire qui vient créer ce sentiment de séparation entre les deux individus représentés sur l'image.

Lorsque l'on se réfère ensuite aux éléments textuels, le contexte énonciatif du message s'ancre de manière bien plus concrète. On comprend alors aisément que la construction rhétorique déployée ici cherche à dénoncer les discriminations de traitement établies à l'encontre des réfugiés et la barrière que l'on dresse contre eux. Elle réclame un accès égal à la justice et à la sécurité pour ces derniers. Elle vise ainsi à souligner que réfugiés et non-réfugiés ont des droits égaux et que les différenciations que l'on cherche à établir entre eux (symbolisées ici par la frontière blanche) sont arbitraires et remettent en cause la tradition d'accueil.

Le second carré textuel vient encore resserrer le champ d'application de ce discours et rappelle le contexte énonciatif de la votation de 1999. Cette partie nous semble cependant quelque peu problématique quant aux choix chromatiques réalisés par le concepteur de l'affiche. Le mot d'ordre « 2x non » imprimé en lettres orange et qui est censé donner une recommandation de vote aux citoyens apparaît, dans le schéma de lecture de l'affiche, directement après les mentions « droit et sécurité aussi pour les étrangers », ce qui peut créer l'impression que le « 2x non » fait référence à cette partie textuelle et non à la révision de la loi sur l'asile proposée en juin 1999. Cette sensation crée un décalage entre le discours visuel et le discours textuel et traduit une opinion allant à l'opposé de l'argumentation voulue par les créateurs de l'affiche. Par cette mauvaise utilisation des codes chromatiques, l'affiche perd une grande partie de sa lisibilité et, par là même, de son efficacité. Ceci malgré le fait que le discours visuel parvient à véhiculer un message relativement clair, sans recourir à des représentations stéréotypées ou à une symbolisation misérabiliste des demandeurs d'asile.

Ces quelques exemples d'une nouvelle forme de rhétorique plaidant en faveur de l'accueil des réfugiés et contre un durcissement du droit d'asile se mettent ainsi en place dans un contexte particulièrement houleux et une émotionnalisation grandissante des discours sur l'asile. Du côté des partisans d'une politique d'ouverture et d'accueil, cette place de plus en plus prégnante de la thématique dans l'espace public se manifeste par le développement de la figure de la victime, ainsi que par une revendication de droits adéquats pour ceux-ci. Du côté des partisans d'une restriction du domaine de l'asile, une nouvelle manière d'aborder cette question fait également surface. L'affiche (figure 12,

p. 87) produite par le parti en 1999 dans le cadre de la récolte de signatures en faveur de l'initiative « Contre les abus dans le droit d'asile », lancée moins de deux semaines après la votation du 13 juin, qui s'impose ainsi comme une victoire de la politique de fermeture, en est certainement l'exemple le plus illustratif.

L'affiche est effectivement souvent considérée comme l'une des manifestations les plus évidentes de la radicalisation idéologique et formelle du parti agrarien dès la fin des années 1970. Cette affiche qui a fortement marqué l'opinion lors de sa diffusion dans les rues helvétiques est effectivement symptomatique d'un durcissement de la rhétorique anti-immigration et de son incarnation visuelle (pour une analyse détaillée de cette image, voir chapitre Les « années Schwarzenbach », p. 80).

Du point de vue de la rhétorique visuelle, on constate effectivement un processus de radicalisation sans précédent. Dans aucune des affiches de notre corpus antérieures à cette création de la Goal AG Werbung, on ne note de lien si explicite entre un étranger et un comportement criminel. Aucune des affiches de l'Action nationale, de Vigilance ou d'un autre parti n'assigne ainsi directement à un étranger un comportement punissable sur le plan légal. Si les représentations précédentes exploitent effectivement à plusieurs reprises<sup>92</sup> l'image d'une entrée forcée dans le pays, jamais les discours visuels n'ont attribué si directement des traits négatifs à un étranger et de menacer si personnellement sa population. Si les figures de l'étranger sont effectivement souvent désignées comme étant indésirables et trop nombreuses et sont parfois symbolisées comme des menaces pour l'identité culturelle du pays, aucune autre production n'avait accusé personnellement un individu migrant de nuire à la Suisse. Ce processus de personnification de la menace, qui restait jusqu'alors représentée de manière diffuse et anonymisée, constitue un durcissement certain de la rhétorique anti-immigration et un renouement avec les codes iconographiques classiques de l'antisémitisme et de la propagande de l'entre-deux-guerres qui assignent à des personnes d'une origine ethnique des caractéristiques morales prédéfinies. Ici, les requérants d'asile, et plus particulièrement les ressortissants des Balkans, sont désignés comme des criminels violents entrant par effraction au sein du pays. Ce basculement dans la forme et dans le fond traduit également une défense de plus en plus agressive de l'identité nationale face à la migration, perçue comme une menace, une réaffirmation accentuée du « particularisme du nous » et une nouvelle forme d'esthétique du péril migratoire dont les fonctions viennent renforcer les représentations négatives de l'immigration.

Ce processus de criminalisation de l'étranger offre ainsi de nouvelles perspectives permettant de jeter un discrédit et un sentiment de suspicion sur l'ensemble des flux migratoires se dirigeant vers le pays et de justifier, par la

même occasion, toute demande de durcissement des conditions d'accès sur le territoire.

Au nom de la préservation de la sécurité et de l'identité du pays, des barrières supplémentaires à l'entrée sont ainsi établies. Cette association toujours plus étroite entre migration et enjeux de sécurité renforce effectivement « les stéréotypes et les représentations sociales négatives accompagnant les discours sur les étrangers et [justifie] de nouveaux dispositifs sécuritaires ». En créant ces nouvelles figures, les acteurs réclamant un durcissement des politiques migratoires contribuent ainsi à la mise au pilori d'un nouveau bouc émissaire rendu responsable des différents symptômes de la crise du milieu des années 1990 et de la perte de repères liée à la mondialisation et à la globalisation croissante. Le migrant illégal, ou plutôt l'étranger illégitime dans le cadre des discours helvétiques, rencontre ainsi « la plupart des angoisses nourries par les Européens : la peur du chômage, la peur du multiculturalisme, la peur de la délinquance ou encore la peur du terrorisme ». Cette construction rhétorique ouvre la voie à une réduction de la politique d'immigration et de la législation sur l'asile à un « dispositif de mise à l'écart des étrangers "indésirables" » et renforce ainsi le développement du concept d'« Europe forteresse » et sa mise en place concrète<sup>93</sup>.

Ce contexte ouvre le champ au développement d'une nouvelle esthétique du péril migratoire qui se manifeste sous quatre figures principales de la menace<sup>94</sup>, qui sont traitées à l'aide d'exemples précis dans le prochain chapitre de cet ouvrage. Principal promoteur de cette nouvelle esthétique dans le paysage politique suisse de ces dernières années, l'UDC profite également de cet état de fait pour surfer sur la rhétorique du « *speaking the plain truth* »<sup>95</sup>, du parler vrai et la vérité « toute nue », se présentant comme le seul parti qui dit tout haut ce que tous les autres savent, mais ne disent pas ou se refusent à admettre. Dans les discours mobilisés, les étrangers sont ainsi présentés comme trop nombreux, incapables de s'assimiler et souhaitant nous faire revenir au Moyen Âge.

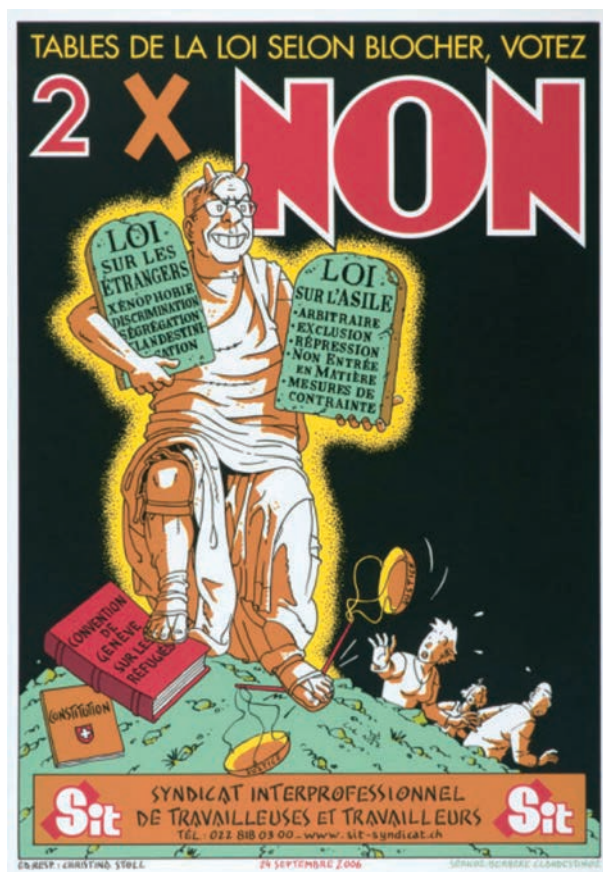
Face à cette polarisation croissante des débats sur le rôle et l'impact de l'immigration sur la société helvétique et la place grandissante tenue par l'UDC dans la définition de l'agenda et du ton donné en la matière, les opposants à ce durcissement développent, quant à eux, une nouvelle forme de dénigrement de ces propositions xénophobes. De la même manière que, dans les années 1970, Schwarzenbach était devenu la personnification même des initiatives anti-étrangers de l'époque (on parle d'ailleurs souvent même des années Schwarzenbach pour désigner cette période), Blocher devient la figure emblématique de ce nouveau mouvement. En 2006, le parti d'extrémum Solidarités fait ainsi

campagne contre les deux révisions de la loi sur l'asile et les étrangers avec le slogan « 2x non aux lois Blocher »<sup>96</sup>.

Cette stratégie de personnification de la xénophobie trouve son paroxysme visuel dans l'affiche créée par Exem (figure 47) dans le cadre de cette échéance populaire. Jouant sur l'esthétique caractéristique de l'auteur de bande dessinée, l'affiche place la figure de Christoph Blocher au centre du narratif déployé. Le visage caricaturé du conseiller fédéral est affublé de deux petites cornes et d'un large sourire. Sa tête est « posée » sur un corps drapé dans une sorte de toge. Il porte de simples sandales et tient, dans ses deux mains, deux tablettes de pierre sur lesquelles est gravée une série de mots. L'une d'entre elles porte le titre « Loi sur l'asile », l'autre « Loi sur les Étrangers ». La tenue de Blocher et les deux tablettes de pierre font référence de manière explicite à la représentation classique du patriarche biblique Moïse. Posé au sommet de ce qui semble être une montagne, l'homme foule au pied la Convention de Genève sur les réfugiés, la Constitution suisse et le symbole de la justice. En arrière-plan, trois individus s'éloignent, l'air apeuré par la scène qui se joue devant eux. Un fond noir uniforme occupe tout l'espace de l'affiche. Après avoir parcouru ces différents éléments iconiques, le regard est alors dirigé vers le mot d'ordre « 2xNON » imprimés en grosses lettres orange et rouge foncé cernées de blanc au-dessus de l'illustration. Les couleurs de ces différents éléments entrent en résonance avec la couleur de la couverture des textes de loi foulés au pied, créant ainsi un lien sémantique entre ces éléments visuels et textuels. Ce mot d'ordre est surmonté de la mention « Tables de la loi selon Blocher, votez » imprimée en plus petites lettres jaunes et qui vient compléter le précédent mot d'ordre. La lecture du mot d'ordre aboutit finalement sur la partie inférieure de l'affiche, composée d'une bannière orange comportant le logo et le nom du Syndicat interprofessionnel des travailleuses et travailleurs et faisant office de signature de l'énonciateur du message.

L'image fonctionne principalement sur le processus de diabolisation mis en place par le visuel utilisé. Christoph Blocher est représenté avec un grand sourire, sorte de rictus étrange, et des petites cornes sur la tête qui lui confèrent une allure diabolique. Son expression malsaine se double d'un manque de respect éhonté pour les symboles de la justice. La balance de Thémis ainsi que deux textes fondamentaux dans l'histoire du pays sont ainsi écrasés sans aucun égard par le tribun zurichois. Il semble ici vouloir imposer les textes figurant sur ses deux tables de la loi au mépris de toute autre référence juridique.

En détournant une figure bien connue de l'iconographie biblique et en jouant avec son sens aigu de la caricature, Exem dresse ainsi un portrait au



◀ Figure 47  
 Tables de la loi selon  
 Blocher, votez 2 x Non,  
 24 sept. 2006  
 (Exem, 2006).

vitriol du politicien, alors conseiller fédéral. Sur le ton de la provocation, l’affiche accuse Blocher d’être l’architecte principal, le penseur à l’origine de ces textes. Décrites sur les tables de la loi comme xénophobes, discriminatoires, ségrégationnistes, arbitraires, etc., les révisions soumises au vote sont ouvertement attaquées. Le recours à la fige patriarcale de Moïse permet encore d’accentuer le processus de décrédibilisation du tribun, qui souhaite, par glissement sémantique, imposer « ses » textes comme une vérité absolue, une nouvelle alliance établie entre « Dieu et son peuple » pour lutter contre la menace migratoire. Face à une proposition si délirante, les citoyens représentés sur l’image ne peuvent que fuir et s’opposer aux deux projets de loi.

Au cours des années 2000, une nouvelle constellation des représentations sur la question migratoire, des étrangers et de l’ouverture des frontières semble

s'être clairement établie. D'un côté, la frange anti-immigration prend de plus en plus d'ampleur et d'influence sur le choix des symboles utilisés pour mettre en scène les notions d'altérité et d'identité. Elle marque l'orientation des débats et impose régulièrement son agenda au reste des acteurs politiques. De l'autre, les partisans d'une société plus ouverte à la diversité tentent de trouver des ripostes à cette mainmise populiste sur la communication politique, sans réellement réussir à imposer leur propre style.

Ces deux tendances sont analysées plus spécifiquement dans les deux prochains chapitres. Ceux-ci offrent effectivement deux éclairages spécifiques sur la construction et l'instrumentalisation des images de l'étranger et de la nation dans le paysage helvétique.

Le chapitre se focalise ainsi sur l'analyse des affiches produites par l'UDC au cours des trente dernières années et sur la radicalisation de la rhétorique visuelle anti-immigration, alors que le chapitre explore, pour sa part, les affiches promouvant une vision d'ouverture et de tolérance face à l'étranger des années 1970 à aujourd'hui.

## **Une nouvelle esthétique du péril migratoire en Suisse**

À l'automne 2012, deux noms inconnus surgissent soudainement dans les médias suisses: Mustafa Blocher (figure 48) et Jussuf Freysinger (figure 49). Apparus dans le cadre d'une campagne d'Amnesty International, ces personnages sont, en fait, présentés par l'ONG comme les réincarnations de deux leaders de l'UDC – Christoph Blocher et Oskar Freysinger – sous la forme d'un réfugié somalien et d'un réfugié syrien. La campagne d'Amnesty met effectivement en scène les deux leaders populistes, ainsi que d'autres politicien-ne-s réclamant un durcissement de la législation sur l'asile, la peau noire ou portant des couvre-chefs traditionnels, devant des paysages de ruines et de désolation. Ces images sont accompagnées de légendes du type «Après leur réincarnation en tant que [...], certains seraient heureux de s'être autrefois opposés au durcissement de la loi sur l'asile».

La diffusion de ces images s'est déroulée peu après une session parlementaire portant sur la révision de la législation sur l'asile. Au cours de ces débats, l'UDC a présenté pas moins de 45 propositions visant à restreindre le droit d'asile. Le parti considère effectivement que «la Suisse est toujours beaucoup trop attractive pour les migrants économiques et pour d'autres personnes qui n'ont aucun droit à l'asile, voire qui abusent systématiquement de l'hospitalité helvétique». En réponse à la campagne d'Amnesty International, le parti estime que, «faute d'arguments sérieux, Amnesty International se contente actuellement



Figure 48 – Après leur renaissance en tant que Somaliens... (Spinas Civil Voices, 2012).



Figure 49 – Après leur renaissance en tant que Syriens... (Spinas Civil Voices, 2012).

de lancer une campagne insultante contre les élus politiques de droite qui s'engagent pour un durcissement de la loi sur l'asile»<sup>97</sup>.

Du côté des opposants à ces nouvelles restrictions de l'asile, un référendum est lancé contre les mesures urgentes adoptées par le Parlement suisse dans la seconde moitié de l'année 2012. Intitulé «Pas de camps en Suisse», le référendum condamne la révision quasi-permanente de la législation sur l'asile. Le débat de 2012 constituait effectivement la dixième révision d'une loi adoptée en 1981 et devenue de plus en plus restrictive au cours des trente dernières années.

Ce rapide état des lieux des discussions sur l'asile en Suisse montre bien la manière dont la politisation continue de l'identité nationale et de l'immigration, principalement entretenue par les populistes de droite de l'UDC, ne cesse d'ébranler le paysage politique contemporain.

Si la politisation de la «question étrangère» fait effectivement partie du paysage politique depuis des décennies, les 20 dernières années ont été particulièrement intenses. Soutenu par des moyens financiers importants, le parti populiste a investi les ressources nécessaires pour imposer son agenda sur les questions migratoires en Suisse. Ces arguments sont ainsi régulièrement portés dans l'espace public par le biais de campagnes de communication massives, se basant notamment sur l'utilisation d'affiches provocantes.

Ce chapitre vise donc à explorer la manière dont l'Union démocratique du centre a contribué à créer un nouveau climat anti-immigration et à susciter une remobilisation politique contre les étrangers. En Suisse, comme dans de nombreux autres pays européens, une atmosphère de méfiance et de discrédit règne actuellement sur les questions migratoires. Si ce phénomène n'est pas, en soi, nouveau, les motifs et l'étendue de celui-ci dans les débats contemporains se sont profondément modifiés. De nouveaux champs sémantiques et rhétoriques se sont développés. Aujourd'hui, les étrangers sont «illégalisés», accusés de corrompre le droit d'asile ou de considérer la Suisse comme une zone de non-droit au sein de laquelle ils peuvent commettre des écarts de conduite, sans se soucier de l'ordre moral et social. Des notions telles que celles de la criminalité ou de l'abus sont ainsi régulièrement connectées avec les politiques migratoires et d'asile. Dans les discours contemporains, des termes tels que «criminels», «profiteurs» ou «faux réfugiés» sont utilisés par certains des acteurs politiques les plus influents pour désigner les étrangers. Ces mots témoignent de conceptions très répandues qui contribuent à l'établissement d'un nouvel âge d'or de la rhétorique anti-immigrants et, dans les discours visuels des affiches, d'une esthétique du péril migratoire.

La disparition du «Mouvement contre la surpopulation étrangère» fut suivie, dès la fin de la fin des années 1970, par la création de différents groupus-

cules anti-immigrants, que l'on nomme parfois les « *single-issue parties* », tels que, par exemple, le parti genevois Vigilance. Ces nouvelles petites formations, focalisant leur programme politique pratiquement exclusivement sur l'immigration, constituent le point de départ d'un renouveau et d'une résonance grandissante des discours dirigés à l'encontre des étrangers. Alors que, dans les années 1970, les cibles principales des protestations étaient les travailleurs du sud de l'Europe, les requérants d'asile extra-européens et originaires des Balkans deviennent les nouveaux boucs émissaires des années 1980. Ce tournant argumentatif et idéologique se manifeste tout particulièrement dans l'établissement de nouvelles figures rhétoriques telles que celles de l'« étranger criminel » et du « faux réfugié ». Deux focus principaux des discours sur la migration sont alors désignés.

Le premier est celui de l'asile. Alors qu'il s'agissait d'un sujet presque totalement absent des discours politiques plus anciens, à l'exception peut-être de ceux durant la Seconde Guerre mondiale, il devient progressivement un point essentiel de la mobilisation anti-immigration. On commence ainsi à se méfier des requérants d'asile et les motifs de leur exil sont remis en question. Dans ce contexte, les partis d'extrême droite introduisent de nouvelles conceptions, telles que celle du « réfugié économique ».

Le second focus est celui de la criminalité, voire de la criminalisation, des immigrés. Cette deuxième composante se manifeste par une augmentation de l'utilisation du terme d'étranger en lien avec les notions de criminalité et de menace sécuritaire. Les migrants, les non-résidents et même les résidents établis depuis longtemps dans le pays ou les citoyens naturalisés sont ainsi stigmatisés et tenus responsables de l'insécurité urbaine, du crime organisé ou du terrorisme.

Les bouleversements sociaux et économiques du contexte migratoire helvétique au cours des trente dernières années, notamment l'intensification des flux de l'asile vers l'Europe et l'entrée de la Suisse dans l'Espace Schengen en 2005, ont, de plus, contribué à établir de nouvelles figures visuelles de la migration et à entretenir le mythe de l'invasion.

Le domaine de l'asile s'est effectivement développé de manière significative depuis le début des années 1980. Jusqu'alors, les demandeurs d'asile étaient effectivement peu nombreux, majoritairement issus de pays de l'Europe de l'Est et bienvenus, puisque perçus comme une preuve de la supériorité morale de l'Occident sur le communisme<sup>98</sup>. Mais la globalisation des flux migratoires, l'écart de richesses de plus en plus important entre les pays du Nord et du Sud, ainsi que l'embrasement des conflits dans les Balkans au cours des années 1990 ont fortement contribué à remodeler les formes et les structures de l'asile. Les pays européens n'ont, quant à eux, eu de cesse d'implanter des législations de plus en plus restrictives, aboutissant ainsi à une fermeture complète de l'Europe pour les

migrants ne venant pas du monde occidental, la demande d'asile constituant pour ces derniers l'unique porte d'entrée possible sur le continent.

Le modèle helvétique suit la même logique. De quelques centaines par année au début des années 1980, le nombre de demandes d'asile s'élève aux environs de 40 000 lors de l'éclatement du conflit balkanique et culmine à 65 000 durant la guerre du Kosovo en 1999<sup>99</sup>.

La diversification de l'origine des demandeurs renforce, chez certains, le sentiment d'un afflux incontrôlé. Des images de figures sombres, s'infiltrant dans les territoires, telles que celles observées par Flores<sup>100</sup> ou représentées sur les affiches de l'UDC, commencent alors à apparaître régulièrement dans les discours médiatiques. La perception de la migration en tant que menace évolue. Les personnes issues d'autres cultures sont ainsi tout particulièrement associées à l'idée de demandes frauduleuses, de falsification et de crime. Dans les titres des journaux (tout comme dans les affiches politiques), des métaphores stéréotypées (recourant à des termes tels que vagues, torrents, courants ou marées) sont systématiquement employées lorsqu'il s'agit d'aborder la question des requérants d'asile<sup>101</sup>.

La peur des différences culturelles, certaines étant perçues comme incompatibles avec les valeurs suisses, commence également à se manifester. Les requérants d'asile sont tout particulièrement suspectés d'être « inassimilables » et sont désignés comme étant des profiteurs de l'État social, des concurrents sur le marché du travail, des menaces en matière de sécurité et des personnes abusant de la générosité de leur pays d'accueil<sup>102</sup>. En Suisse, comme ailleurs en Europe, les partis d'extrême droite profitent de ce contexte favorable et s'imposent sur le champ de l'asile, réclamant un durcissement de sa politique. En avril 1992, l'UDC a ainsi par exemple lancé sa première initiative fédérale, l'initiative « contre l'immigration illégale »<sup>103</sup>, afin de, selon ses dires, prévenir l'immigration clandestine et les abus de l'asile.

L'augmentation du sentiment d'insécurité et l'impression grandissante de perte de contrôle commencent ainsi à pénétrer les représentations de la politique migratoire. Certains considèrent alors la souveraineté nationale comme étant menacée, tant par l'évolution du domaine de l'asile que par la suppression des contrôles aux frontières dans les pays de l'Union européenne. L'implémentation de l'accord de Schengen a effectivement conduit à la création de l'espace Schengen, un territoire « sans frontière » au sein duquel la libre circulation des personnes est la règle pour les personnes issues de l'Union européenne, de l'Islande, de la Norvège et de la Suisse. La perspective de la disparation des frontières a engendré la peur d'un déficit sécuritaire, la peur que Schengen ne soit pas un « espace de sécurité, liberté et justice », mais laisse le champ libre aux terroristes, voleurs, contrebandiers, trafiquants de drogue et autres criminels. Pour l'UDC,



Figure 50  
Suppression des frontières =  
drogues + criminels  
(Anonyme, 2005).  
(Droits réservés)

comme pour la grande majorité des partis populistes européens, les conséquences de Schengen sont clairement interprétées comme étant dramatiques.

Duez<sup>104</sup> estime ainsi que de nombreuses personnes perçoivent l'ouverture des frontières, et son corollaire, la mobilité grandissante des citoyens de l'UE et des natifs d'États non membres sur le territoire de la Communauté européenne, comme un danger pour la préservation de l'ordre et de la sécurité. L'UDC considère ainsi la signature de l'accord de Schengen comme une « perte de la souveraineté nationale » menaçant la prospérité du pays et contribuant à l'augmentation des flux de migration en provenance de l'Europe de l'Est. Pour elle, Schengen est un espace d'insécurité, une carte blanche pour l'immigration illégale, les réseaux criminels, etc.

Cette affiche (figure 50) produite par les Jeunes UDC du Valais romand est une affiche sauvage diffusée lors de la votation sur la signature de l'accord Schengen-Dublin en 2005. Elle témoigne extrêmement bien de la véhémence de

la rhétorique anti-Schengen du parti. Proclamant « Disparition des frontières = Drogues + Criminels », l’affiche montre un homme de profil. Celui-ci tient un fusil d’assaut et porte une cagoule, des gants et une veste noirs.

Sa silhouette se détache d’un arrière-plan évoquant les couleurs et le motif du drapeau de l’Union européenne. L’attaque envers les étrangers est une nouvelle fois évidente et le parti présente clairement l’abolition des contrôles aux frontières comme une porte ouverte aux criminels. Les Jeunes UDC partent ici du principe que les personnes souhaitant se rendre en Suisse sont principalement motivées par des intentions criminelles.

Selon Duez<sup>105</sup>, trois figures principales résultent de cette réinvention de la thématique migratoire : 1) l’étranger comme menace pour la cohésion sociale et la stabilité du pays, 2) l’étranger comme menace pour la sécurité individuelle des citoyens et 3) l’étranger comme menace pour la sécurité nationale. Ces trois schémas rhétoriques serviront de trame pour la construction des sous-chapitres suivants.

## **L’immigration comme menace économique et sociale**

La première figure est, dans un certain sens, celle qui s’inspire le plus fortement des schémas rhétoriques des discours anti-immigration des années 1960 et 1970. Elle évoque l’idée que les étrangers sont une menace pour la santé économique et la prospérité des citoyens et de l’État suisse. Cependant, dans les discours plus anciens, les immigrants étaient principalement accusés de concurrencer les travailleurs indigènes sur le marché du travail, du logement, etc. Les *Gastarbeiter* espagnols et italiens étaient alors surtout assurés d’être des « voleurs du pain des chômeurs », de générer une surpopulation et d’imposer une emprise étrangère sur le pays. Leurs manières et leurs habitudes culturelles étaient également critiquées. Mais, aujourd’hui, les immigrants italiens et espagnols ont disparu des débats publics et ne sont plus considérés comme une problématique politique ; d’autres boucs émissaires ont été choisis pour expliquer les différents échecs du système social.

Si les questions de l’emploi et du chômage font toujours partie de la rhétorique anti-immigration, certains autres aspects de la représentation des étrangers comme menace économique et sociale ont été accentués ; les assurances sociales et la crise de l’État providence constituent actuellement les deux focus argumentatifs principaux des partis d’extrême droite. Les immigrés, tout particulièrement les requérants d’asile, sont ainsi désignés comme étant l’une des causes principales de la crise de l’État social.



De plus en plus d'étrangers viennent en Suisse pour profiter de nos institutions sociales.

**Voter OUI à la révision de l'assurance-chômage le 26 septembre, c'est empêcher les abus suivants:**

- jusqu'ici les chômeurs étrangers avaient droit à 18 mois d'indemnités de chômage après seulement 12 mois de cotisation. Grâce à la révision de l'AC, la durée de leurs indemnités de chômage ne pourra pas excéder la durée de leur cotisation.
- les jeunes chômeurs étrangers doivent accepter tous les emplois qui paraissent acceptables pour eux.
- la navette entre les programmes d'occupation et le chômage indemnisé, pratique courante à l'étranger, ne sera plus possible.

Donc: **OUI** pour assurer l'assurance-chômage pour la lutte contre l'abus!



UDC Suisse, case postale 8625, www.udc.ch. Avec un don sur le CCP 30-8828-5 vous soutenez la parution de cette annonce. Un grand merci.

Les demandeurs d'asile sont ainsi par exemple considérés « comme des fraudeurs n'étant pas réellement persécutés dans leur pays, mais qui cherchent plutôt à abuser de l'hospitalité de la Suisse<sup>106</sup>. La notion d'abus (des structures d'encouragement, du droit d'asile ou des assurances sociales) est fondamentale dans la reformulation de cette argumentation. Les réfugiés commencent alors à être perçus comme un sévère problème social<sup>107</sup>.

Cette image (figure 51) ne provient pas d'une affiche politique, mais d'une annonce parue dans la presse. Diffusée en 2010 par l'UDC dans le cadre de sa campagne pour la révision de la loi sur l'assurance-chômage, elle montre un homme couché sur un hamac, jouant avec une liasse de billets. La liasse est maintenue par un lien de papier sur lequel on peut lire les mots « assurance-chômage »

▲  
Figure 51  
Stop aux abus!  
De plus en plus d'étrangers viennent en Suisse pour profiter de nos institutions sociales. (Goal AG Werbung, 2010)

imprimés en lettres rouges. L'homme a la peau foncée, des cheveux et une moustache noirs. Des lunettes de soleil sont posées sur sa tête. Les couleurs et le motif de son hamac sont les mêmes que ceux du drapeau suisse. La moitié gauche de l'annonce est recouverte d'un grand rectangle noir sur lequel est inscrite la mention « Stop aux abus ! ». La partie inférieure de l'image contient, quant à elle, les insertions textuelles suivantes : « De plus en plus d'étrangers viennent en Suisse pour profiter de nos institutions sociales », s'étalant sur toute la largeur de l'annonce.

Clairement désigné comme étant un étranger, l'homme dans le hamac est accusé de profiter effrontément de la générosité suisse. En riant, l'homme joue avec l'argent reçu de l'assurance-chômage nationale. Le hamac dans lequel l'étranger est installé fait manifestement référence à la nation suisse, qui accueille avec bienveillance une personne dont le seul désir est d'abuser de l'hospitalité offerte par le pays. L'homme est effectivement clairement représenté comme un profiteur, un fainéant se prélassant dans son hamac, n'ayant aucun scrupule à jouir de la manne offerte par l'État social helvétique.

La rhétorique visuelle mise en œuvre par l'UDC dans cette production exploite l'idée que la migration, et tout particulièrement l'asile (comme suggéré par les traits de l'homme), est corrompue par des demandeurs immoraux. Elle illustre très clairement la figure du migrant économique ou du faux réfugié. Un processus de stigmatisation souligne ce développement rhétorique, en tentant de convaincre le peuple des mauvaises intentions des personnes souhaitant venir s'établir en Suisse et remettant en cause la légitimité de leur présence dans le pays.

## **L'immigration comme menace criminelle**

Faisant entrer la notion d'illégalité dans la politique migratoire de manière encore plus prégnante que la première figure, cette seconde figure de la menace promet une vision des étrangers comme des criminels, voleurs, trafiquants de drogue, etc. Les immigrants ne sont ainsi plus ici accusés de corrompre les procédures d'entrée ou les assurances sociales, mais de menacer l'intégrité physique et la sécurité personnelle des citoyens.

L'UDC utilise fréquemment cette figure dans ses affiches. En septembre 2007, les villes suisses ont, par exemple, été envahies par une campagne de communication massive créée par le parti pour soutenir le lancement de son initiative « Pour le renvoi des étrangers criminels ». Des affiches ont alors surgi à travers tout le pays. L'image présente sur ces affiches mettait en scène un mouton blanc expulsant à coup de pied un mouton noir

hors de son territoire, symbolisé par un drapeau suisse. Réclamant « plus de sécurité », ces affiches utilisaient principalement la force de la communication visuelle pour diffuser un message clair et sans équivoque : le mouton noir (donc les étrangers criminels) doit être expulsé pour préserver la sécurité nationale.

Un exemple moins connu, mais tout aussi frappant, est celui de cette affiche sauvage créée par une section régionale des Jeunes UDC. Produite dans le cadre de la votation fédérale sur l'extension de la libre circulation aux personnes originaires de Roumanie et de Bulgarie, elle est composée du texte « non à la libre immigration des gitans roumains criminels », surplombant une image montrant deux hommes se faufilant hors d'une maison. Le premier porte un écran d'ordinateur et le second, enjambant la fenêtre, un sac de jute rempli de pièces et d'un trophée doré. La peau des deux hommes est sombre, leurs traits anguleux. Leurs cheveux sont sombres et frisés. Seule une toute petite partie de la maison est visible. On distingue ainsi un mur blanc et des volets rouges, ornés d'une ouverture en forme de croix laissant transparaître le mur blanc derrière ceux-ci. Sous cette image, une nouvelle insertion textuelle déclare « libre circulation des personnes de Roumanie et Bulgarie, non ». On remarque finalement le logo des Jeunes UDC qui fait office de signature.

Les deux hommes sont dessinés de manière très stéréotypée, afin de bien souligner leurs origines étrangères. La rhétorique visuelle utilisée ici s'inspire d'un procédé très bien décrit dans les travaux de Matard-Bonucci<sup>108</sup> et qui attache une très grande importance aux apparences, car il attribue aux traits physiques tels que la couleur de peau, la forme du visage, etc. des caractéristiques morales, intellectuelles ou culturelles.

En opposition aux deux hommes clairement désignés comme étrangers, la maison porte, quant à elle, toutes les marques de son appartenance helvétique, notamment les volets, aux couleurs du drapeau suisse. Cette symbolisation évidente permet la construction d'une structure rhétorique bien définie. Les immigrés, notamment les Roumains, sont des voleurs qui n'ont aucun scrupule à forcer l'entrée des foyers helvétiques pour piller les richesses des citoyens. Dans une perspective plus large, la maison mise à sac symbolise la nation toute entière. En bref, pour les membres des Jeunes UDC, on ne peut pas faire confiance aux Roumains, leur for intérieur même étant corrompu. Leur octroyer le droit à la libre circulation donnerait ainsi le champ libre à ces criminels potentiels pour s'introduire dans les foyers suisses et profaner la nation elle-même, en tirant profit de ses richesses, sans le moindre égard pour l'ordre moral et social. Pour le parti, ces immigrés constituent effectivement une menace directe pour le pays et ses citoyens.



◀ Figure 52  
Ouvrir la porte aux abus?  
Non! (Goal AG Werbung,  
2009).

L'affiche officielle (figure 52) choisie par la direction du parti pour cette campagne de 2009 fonctionne sur la même rhétorique visuelle, mais sans recourir explicitement à la figure du ressortissant roumain. Dans cette seconde affiche, les deux hommes sont effectivement remplacés par trois corbeaux. Ceux-ci restent cependant aussi menaçants que les deux cambrioleurs vus dans la précédente affiche.

Sur un fond blanc occupant toute la surface de l'affiche, la partie supérieure de la production est constituée d'une image montrant trois corbeaux noirs. Les deux plus gros volatiles tiennent dans leur bec une petite reproduction rouge et blanche du territoire suisse. Sous cette image, on peut lire le texte suivant: «Ouvrir la porte aux abus? Non!» Puis, un peu plus bas, la date du «8 février» apparaît, et au coin inférieur droit de l'affiche on remarque le logo de l'UDC suisse. Aucune référence explicite à l'octroi de la libre circulation aux personnes issues de Roumanie et de Bulgarie. Le seul rappel du contexte électoral de l'objet est la date du 8 février.

Dans cette affiche, l'UDC représente une nouvelle fois la Suisse comme un petit territoire à la merci des menaces extérieures. Ici, le pays est mis en pièces par les corbeaux, qui se le disputent avidement. Même si, dans cette version officielle, l'UDC ne représente pas directement la menace sous les traits de ressortissants roumains, la connexion établie entre ceux-ci et la rhétorique d'accusation reste manifeste.

En recourant à l'image du corbeau pour symboliser les immigrés roumains et bulgares, l'UDC utilise ici un processus de représentation que l'on retrouve également dans la propagande antisémite. Le fait de représenter un individu par le biais d'un animal (qu'il s'agisse d'un oiseau de proie, d'un rat, d'une pieuvre, etc.) constitue une manière simple et directe de le présenter comme un prédateur, un parasite, bref comme une personne néfaste et nuisible. La zoomorphisation est ainsi l'un des outils les plus puissants de la caricature antisémite et a également été fréquemment utilisée dans le cadre de la propagande anticomuniste.

Sur cette affiche, l'ouverture des frontières est décrite comme une porte ouverte offrant l'accès en Suisse aux prédateurs de toutes sortes. L'octroi de la libre circulation aux Roumains et aux Bulgares est ainsi symbolisé comme une perte de contrôle, une situation qui laissera la Suisse sans défense, à la merci d'immigrants malhonnêtes et cupides qui abuseront de la richesse du pays de différentes manières. La peur, pour l'UDC, que sont censés susciter les Roumains s'incarne ainsi dans le symbole du corbeau, un oiseau de mauvais augure, qui rend ces personnes coupables.

Dans la perspective de l'UDC, Schengen et la libre circulation sont définis comme un « champ libre offert aux criminels, aux illégaux, au crime organisé, [...], aux vendeurs de drogue, aux gangs de cambrioleurs, [etc.] »<sup>109</sup> et les deux affiches analysées ci-dessus constitue une illustration manifeste de ces représentations.

## **L'immigration comme menace pour la sécurité nationale**

La troisième figure anti-étrangers présentée dans ce chapitre se manifeste selon une structure rhétorique relativement similaire. Elle dépeint également l'immigration comme une menace pour la sécurité, mais cette fois non pas au niveau individuel, mais comme une menace majeure pour la sécurité nationale. La peur du terrorisme est au cœur de cette troisième figure visuelle. Statham<sup>110</sup> explique ainsi qu'après les événements du 11 septembre 2001, une nouvelle dimension a été ajoutée à la perception de l'immigration comme menace, celle du supposé risque terroriste qu'elle est censée représenter pour les démocraties européennes.

En 2004, deux révisions de la loi sur la naturalisation des étrangers sont proposées au peuple suisse. Les deux projets, refusés en votation populaire, avaient pour but de faciliter l'accès à la citoyenneté pour les étrangers de deuxième et troisième générations vivant en Suisse. Lors de sa campagne contre ces deux propositions, la section des Jeunes UDC du Valais romand a réalisé une affiche de propagande sauvage (figure 53) qui illustre parfaitement l'entrée de cette nouvelle dimension dans les discours visuels. L'affiche est composée de deux parties. La partie inférieure se constitue d'un tableau opposant les arguments donnés par le Conseil fédéral pour soutenir les deux objets à la compréhension que devrait avoir le «citoyen normal» de ces objets. Même si cette section représente un classique de la rhétorique populiste anti-establishment, nous ne nous pencherons pas plus en détail sur ce tableau et nous concentrerons sur la partie supérieure de l'image, qui participe directement à la définition de cette troisième dimension de l'esthétique contemporaine du péril migratoire.

L'image occupant toute la partie supérieure de l'affiche est composée d'une reproduction exacte d'une carte d'identité suisse. Établie au nom d'«Usama Bin Laden», elle comporte également la photo de l'ancien leader de l'organisation terroriste Al-Qaïda. Sous cette image, la mention «Ne vous laissez pas bernier!» occupe la totalité de la largeur de la page.

L'utilisation, ici, d'un document officiel renforce l'impact et la cohérence du message, ainsi que le sentiment d'usurpation de l'identité nationale. La rhétorique présente dans cette affiche fait une nouvelle fois référence au ressentiment et à la méfiance envers les étrangers. La structure argumentative se base sur le postulat que les immigrés qui pourraient demander la naturalisation sont potentiellement dangereux pour le pays. Selon les Jeunes UDC, certains des plus terribles criminels pourraient même se cacher parmi eux.

L'affiche témoigne ainsi d'une rhétorique très répandue depuis quelques années et qui tend à lier la question de l'immigration à celle des réseaux terroristes internationaux. En désignant le sans-papier, ou le terroriste, comme ennemi politique et social clairement identifiable, cette représentation symbolique offre au citoyen une figure de l'altérité si floue et inquiétante qu'elle permet d'obtenir l'adhésion de tous à son objectif absolu de contrôle social et, par là même, toute demande de durcissement de la politique de migration. Le visage d'Usama Bin Laden vient, ici, cristalliser les peurs latentes rattachées à la présence d'étrangers en Suisse et vient justifier la position de l'UDC sur ces deux révisions de la loi sur la naturalisation.

Dans cette affiche, le terrorisme permet de donner un visage à différentes préoccupations sociales des citoyens et de légitimer certaines d'entre elles, telles que la peur de l'invasion sociale et culturelle ou de l'estompe-



## Ne vous laissez pas bernier!

	<u>Ce que le citoyen normal entend par là</u>	<u>Ce que le Conseil fédéral entend par là</u>
<b>Deuxième génération</b>	Les ressortissants étrangers nés et élevés en Suisse	Les ressortissants étrangers qui ont effectué <b>5 années de scolarité obligatoire</b> en Suisse
<b>Troisième génération</b>	Les enfants de parents qui sont nés tous les deux en Suisse et qui y ont été élevés	Les enfants dont <b>au moins un des deux parents a effectué 5 années de scolarité obligatoire</b> en Suisse



**Le 26 septembre**  

 au bradage de la nationalité et aux naturalisations en masse!

◀ Figure 53  
 Ne vous laissez pas bernier!  
 (Anonyme, 2004).  
 (Droits réservés)

des frontières de l'identité nationale. Un processus d'illégitimation se met alors en marche dans le cadre de cette perspective. En faisant appel à la notion de préservation de l'identité nationale, le parti présente effectivement les deux objets soumis au vote comme un bradage de l'identité nationale. En insinuant qu'en cas d'acceptation de ces deux propositions, des criminels extrêmement malveillants pourraient accéder à la citoyenneté helvétique, les Jeunes UDC du Valais contribuent à créer un climat hostile aux étrangers, recourant même à des notions de blasphème et de tromperie. Les étrangers, et même ceux établis depuis de très longues années – comme c'est le cas de ceux qui sont concernés par cette votation sur les étrangers de deuxième ou troisième génération – sont soupçonnés des pires crimes et illégalisés par diverses manipulations rhétoriques, et sont notamment désignés comme des risques potentiels pour la sécurité nationale du pays tout entier.

L'affiche éditée par la direction nationale de l'Union démocratique du centre dans le cadre de la même campagne de votation ne recourt, quant à elle, pas directement à la figure du terrorisme ou de la criminalité, mais fonctionne

également sur une rhétorique visuelle faisant appel aux notions d'abus et de non-droit parmi les étrangers. L'image occupant toute la partie supérieure de l'affiche montre effectivement cinq mains à la couleur de peau plus ou moins foncée, s'abattant avidement sur une caisse en bois remplie de passeports suisses. Sous l'égide des supposées «naturalisations de masse» qu'entraînerait l'acceptation des deux révisions, l'affiche introduit une nouvelle fois l'idée d'un bradage de la citoyenneté helvétique et nourrit une vision selon laquelle les étrangers constituent une menace pour la nation et, dans ce contexte précis, tout particulièrement pour l'identité nationale.

## **Création d'une rhétorique visuelle d'opposition à la migration**

En parcourant ce chapitre, la présence d'une esthétique du péril migratoire dans les discours contemporains du paysage politique helvétique semble évidente. Dans les différentes affiches présentées, l'étranger est toujours dépeint de manière négative. Toujours représenté sous les traits d'un homme, il est, tour à tour, désigné comme un envahisseur menaçant forçant l'entrée, un pied dans la porte, une figure sombre et fantomatique s'immiscuant frauduleusement au travers des frontières, un membre armé des réseaux du crime organisé, un profiteur paresseux, un cambrioleur cupide pillant les foyers suisses, un oiseau de proie inquiétant se disputant la Suisse et un terroriste tristement célèbre se cachant parmi les citoyens helvétiques.

Au cours du temps, ces figures évoluent. Dans une première phase, la construction visuelle mise en place autour de l'étranger reste floue et anonyme. Les immigrés sont seulement symbolisés par le biais de silhouettes sombres ou d'une petite partie de leur corps. On ne voit jamais leur visage. Mais à partir de 1999, et notamment du choc causé par l'affiche créée par l'UDC cette année-là, la représentation de l'étranger devient moins diffuse et commence à se focaliser de plus en plus sur des caractéristiques physiques et personnelles.

Les affiches des vingt dernières années critiquent plus ouvertement les étrangers eux-mêmes, en tant qu'individus. Leurs traits et caractéristiques physiques sont souvent exagérés et leur apparence physique est parfois utilisée pour démonter leurs prétendues valeurs culturelles et sociales. Un processus de criminalisation est souvent, par là même, établi. Cet enchaînement rhétorique tend à assigner un comportement criminel intrinsèque aux membres d'un groupe ethnique particulier<sup>111</sup> et implique une vision racialisée dans laquelle les individus ne sont considérés qu'en tant que représentants d'une communauté ethnique donnée (que celle-ci soit imaginaire ou réelle).

Chacune de ses images rend compte de l'omniprésence dans la sphère politique d'une certaine esthétique du péril migratoire. Les images présentées ici ne sont qu'une petite partie d'un phénomène plus large, qui se manifeste à de nombreuses autres reprises. L'exemple de l'affiche diffusée par l'UDC dans le cadre de sa campagne en faveur de l'initiative «Contre la construction de minarets» (figure 5, p. 13) ou celle d'«Ivan. S.» (figure 33, p. 115) produite en 2010 ne sont que des déclinaisons supplémentaires de cette stratégie argumentative visant à présenter une minorité comme un danger potentiel pour le pays.

Jouant sur les émotions, l'UDC, principal promoteur de la diffusion à grande échelle de cette symbolique anti-étrangère, instrumentalise ainsi les peurs latentes des citoyens. En recourant, de manière récurrente, aux emblèmes de la nation (le drapeau, les papiers d'identité, etc.), toujours présentés comme étant malmenés par les ressortissants étrangers, l'UDC parvient à éveiller un sentiment d'indignation, de colère, voire de blasphème, parmi les citoyens indigènes. L'esthétique de ces images évoque fortement celle de l'un des propagandistes attitrés de l'extrême droite des années 1930, Noël Fontanet, et possèdent une capacité identique à faire immédiatement réagir les récepteurs de ces images.

Les notions d'abus et de profanation sont ainsi fondamentales dans l'argumentation visuelle mise en place. Elles servent de base pour délégitimer les cibles de ces attaques rhétoriques. De plus en plus, le terme «requérant d'asile» notamment devient un raccourci pour le terme de «réfugié économique», de personne profitant de la voie de l'asile pour échapper aux contrôles d'immigration ou souhaitant tirer profit des bénéfices de l'État social aux dépens des citoyens autochtones»<sup>112</sup>.

Malgré le fait que la Suisse soit toujours considérée par l'UNHCR comme l'un des pays les plus restrictifs en matière d'asile, il semble que la constante politisation de cette question et la manipulation fréquente de statistiques aient contribué à l'établissement du mythe de l'abus dans les représentations collectives. Les requérants sont ainsi devenus des cibles parfaites pour les personnes désirant invoquer le préjudice ancestral contre les étrangers<sup>113</sup>. Parfois, ce sont également des communautés nationales spécifiques qui sont les victimes de ces accusations. Les Kosovars ou les Roumains sont, par exemple, perçus comme des groupes sociaux impénétrables, soupçonnés de divers comportements délictueux. L'UDC est ainsi devenue, en quelque sorte, dépendante d'une rhétorique de «chasse aux sorcières» qui métamorphose et criminalise les migrants en ennemis publics numéro un. La récurrence de ces images et la répétition constante de certaines de ces figures participent alors au développement d'un courant anti-immigration marqué et ces représentations ont ainsi réussi à pénétrer l'imaginaire collectif de la nation. D'autres représentations

plus positives de l'immigration viendront cependant tenté de contrer cette mainmise de l'extrême droite sur la communication politique. Elles sont l'objet du chapitre suivant.

### **We are the Other Half... Les représentations visuelles positives des étrangers avant et après la votation du 9 février 2014**

La date du 9 février 2014 a fortement marqué l'opinion publique suisse et internationale. De nombreux observateurs se sont questionnés sur l'impact de la votation acceptée par une très courte majorité de la population suisse. La Commission européenne a regretté cette décision, la BBC a émis la crainte qu'elle ne mette en péril l'économie florissante du pays<sup>114</sup>, le *New York Times* l'a présentée comme une mesure qui pourrait avoir des implications d'une très large portée sur les relations de la Suisse avec l'Union européenne et ne sera certainement pas bonne pour la vitalité économique et la prospérité du pays<sup>115</sup>. Ce jour-là, 50,3% des votants acceptèrent effectivement l'initiative de l'UDC «Contre l'immigration de masse». Réclamant une limitation du nombre d'étrangers résidant en Suisse par l'établissement d'un plafonnement numérique et de quotas, cette initiative remet ainsi en cause la libre circulation des personnes et marque une nouvelle étape dans l'implantation de politiques anti-immigration dans le pays.

Même si 50,3% de l'électorat s'est prononcé en faveur de l'objet, le résultat a profondément choqué une grande partie de la population et, en réaction à cette décision, un mouvement de protestation s'est rapidement mis en place. En référence aux 49,7% des votants ayant refusé la proposition de l'UDC, le mouvement s'est fait connaître sous le nom de «*The Other Half*» («l'autre moitié»). La page Facebook, le site internet et le livre du même nom publiés quelques semaines après la votation regroupent un grand nombre d'images créées par des partisans d'une vision de la Suisse «ouverte et tolérante», en opposition à l'opinion liée au vote d'une très courte majorité. Le mouvement «*The Other Half*» s'est principalement implanté en Suisse romande, alors qu'une autre initiative du même type s'est développée presque simultanément en Suisse alémanique. Le site web *ohne-dich.ch* («sanstoi.ch») offre, quant à lui, la possibilité aux internautes de poster une photographie d'eux-mêmes et d'un ou de plusieurs de leurs proches d'origine étrangère, afin de témoigner de leur affection pour les immigrés vivant en Suisse.

Ces deux initiatives spontanées se situent dans la ligne de précédentes campagnes qui souhaitent, elles aussi, promouvoir une ouverture de la société suisse et souligner l'impact positif de l'immigration pour le pays. Au cours des dernières années, les syndicats, les partis de gauche et les associations de *Secondos*

se sont notamment engagés pour défendre une vision positive des étrangers et contrer la mainmise de l'UDC et de ses sympathisants sur les débats autour de la question des migrations.

Nous en avons parlé dans les précédents chapitres, la forte politisation de la question étrangère et la re-nationalisation<sup>116</sup> ont contribué au renouvellement de la rhétorique anti-immigration, et la thématique des étrangers et de leur intégration a continuellement été au cœur des préoccupations des deux dernières décennies. Dans ce contexte agité, le but de ce chapitre est de se concentrer sur les efforts fournis par ces associations, partis et syndicats pour contrer cette rhétorique véhémement. Si le chapitre commence par un rapide récapitulatif historique de cette tendance, notre analyse se focalisera principalement sur la construction d'une identité visuelle positive des étrangers et des *Secondos* en Suisse depuis 2004. L'année 2004 constitue effectivement une étape clé dans l'affirmation de l'identité des *Secondos* en Suisse. Il s'agit effectivement de la première échéance durant laquelle ceux-ci sont mobilisés sur le plan fédéral, par le biais de leur campagne politique sur la votation au sujet de la naturalisation facilitée pour les étrangers de deuxième ou troisième génération, et ont réussi à provoquer un large débat public sur leur intégration et leur place dans la société helvétique<sup>117</sup>.

Ce chapitre se penche donc principalement sur les productions visuelles développées par les défenseurs d'une société ouverte à la diversité et d'une législation sur l'immigration promouvant l'intégration des étrangers et l'ouverture des frontières, contrairement aux discours de plus en plus répandus sur les dangers de la migration et la nécessité pour le pays de se protéger de cette menace.

## **Opposition aux représentations négatives de l'étranger : un rapide survol historique**

Dans le paysage politique contemporain, le vote du 9 février apparaît effectivement comme l'apogée d'un changement sémantique, d'une critique du multiculturalisme qui se manifeste un peu partout en Europe et qui a été notamment décrite comme un « *backlash against diversity* »<sup>118</sup>. En termes de discours politique visuel, ce tournant se manifeste dans le renouveau de l'esthétique du péril migratoire (cf. le chapitre « Une nouvelle esthétique du péril migratoire en Suisse »).

Dans ce contexte de plus en plus difficile, un certain nombre d'acteurs politiques et sociaux tentent de contrer les discours majoritaires qui présentent souvent l'immigration comme une menace pour le pays. La première occurrence d'une prise de position positive en faveur des étrangers se manifeste, dans la communication visuelle, en 1970. Cette date coïncide avec la campagne précédant la

votation sur l'initiative « Schwarzenbach » qui visait à limiter le pourcentage des étrangers à 10 % de la population résidente. Plutôt que de recourir à une représentation positive des *Gastarbeiter* visés par cette proposition, les opposants à l'initiative ont axé leur prise de position contre les tendances xénophobes de l'époque et tenté d'alerter contre les dangers du protectionnisme et de la fermeture des frontières.

Le célèbre illustrateur Celestino Piatti a ainsi rejoint le comité d'action contre l'initiative « Contre la surpopulation étrangère » et a créé une affiche (figure 15, p. 91) représentant un homme aux traits stylisés. Ses mains et son visage surplombent un mur de briques grises. L'homme tient un drapeau suisse dans la main droite et lève la main gauche, comme s'il faisait signe à quelqu'un de s'arrêter. La mention « Non à l'initiative contre la surpopulation » (« *Überfremdungsinitiative nein* ») est écrite sous le mur de briques. L'affiche condamne l'initiative Schwarzenbach et la présente comme une tentative d'isoler le pays. Elle véhicule l'idée d'une Suisse forteresse, fermant ses frontières et interdisant aux étrangers de pénétrer sur son territoire.

Les autres affiches s'opposant à la proposition de l'Action nationale se sont, quant à elles, majoritairement limitées à une approche textuelle de l'objet et se référaient également principalement aux méthodes de l'initiative et à ses implications potentielles pour « une Suisse isolée, rétrécie et sans avenir », ainsi qu'à la menace que celle-ci représentait pour la tradition d'accueil des étrangers dont s'enorgueillit parfois la Suisse. Ainsi, les premières productions visuelles des organisations défendant les étrangers constituaient une condamnation des propositions de Schwarzenbach plutôt qu'une réelle prise de position pro-immigration.

Les choses se mirent en place un peu différemment en 1974, dans le cadre de la seconde votation fédérale sur la surpopulation étrangère. Galvanisé par l'écho engendré par l'initiative Schwarzenbach, le Mouvement contre la surpopulation réussit à faire passer en votation une nouvelle initiative « Contre l'emprise étrangère et le surpeuplement de la Suisse ». Lorsque les affiches créées pour s'opposer à cette nouvelle initiative ne restent pas purement textuelles, elles soulignent principalement le rôle économique crucial des travailleurs étrangers et recourent à une symbolisation stéréotypique de l'ouvrier immigrés (voir les figures 38, p. 122, 39, p. 123 et 40, p. 124 analysées dans cet ouvrage).

Durant les années 1970, les seules exceptions à cette perspective utilitariste de l'immigration peuvent être trouvées dans les productions visuelles de la Ligue révolutionnaire marxiste (figure 9, p. 71), qui présentent les différentes initiatives contre l'emprise étrangère comme une lutte de classe (bourgeoisie contre prolétariat), plutôt que comme un conflit autour de la question de l'appartenance nationale (Suisse contre étrangers).



Figure 54 – L'Action nationale ne propose pas seulement d'expulser 500000 ouvriers étrangers. Elle propose aussi... (Anonyme, 1974). (Bibliothèque de Genève, Halosis 112)

Ce focus argumentatif sur l'utilitarité des étrangers persiste jusque dans les discours pro-immigration du début des années 1980. En 1981, le corps électoral suisse est appelé, pour la première et unique fois de son histoire, à se prononcer sur une initiative populaire visant à élargir et améliorer les droits des immigrés. Même si l'initiative « Être solidaires » est rejetée par une majorité écrasante des citoyens suisses, la campagne précédant ce vote fut, pour les organisations de gauche et les syndicats, une occasion opportune de créer, diffuser et promouvoir un certain nombre d'images positives de l'immigration. Défendant le principe de l'égalité de traitement pour les travailleurs indigènes et étrangers, la plupart des représentations visuelles produites dans ce cadre jouaient sur la notion de camaraderie existant parmi les travailleurs pour soutenir cette initiative.

Une affiche éditée par l'action collective des syndicats (« *Gemeinsame Gewerkschafts-Aktion* ») montre, par exemple, une photographie noir-blanc de six hommes réunis autour d'une bouteille de chianti. Au vu de leur apparence physique (peau mate, cheveux noirs, moustache, etc.) et de leurs vêtements, cinq d'entre eux peuvent facilement être identifiés comme étant des travailleurs originaires du sud de l'Europe. Les éléments iconiques classiques de la stéréotypification sont effectivement utilisés dans leur représentation. L'apparence du sixième homme diffère légèrement. Sa tenue est un peu plus formelle, ses cheveux et sa peau sont plus clairs. Une bouteille de bière est posée à sa gauche. Le slogan « ensemble les uns pour les autres » (« *fürenand mitenand* ») apparaît dans la partie inférieure de l'affiche. Celui-ci se base sur l'argumentation qu'une certaine cohésion sociale existe déjà parmi les ouvriers, quelle que soit leur origine nationale. Pourtant, aucune différence de traitement ne devrait exister entre eux et ce droit à un traitement égalitaire devient, par le biais de la trame visuelle, une évidence. Cette argumentation construite en faveur des ouvriers étrangers souffre cependant de son orientation quelque peu culturaliste. Même si les six hommes sont supposés être égaux, la photographie recourt effectivement à une représentation stéréotypique des immigrés et des travailleurs suisses pour soutenir son message. Les ouvriers italiens boivent ainsi du chianti, portent la moustache et semblent occuper des postes peu rémunérés, alors que le Suisse boit une bière, porte des vêtements plus formalistes et semble occuper une position hiérarchique plus élevée. Tous sont censés être égaux, mais les immigrés sont toujours symbolisés comme étant différents et socialement inférieurs.

Cette représentation hiérarchique influence également très fortement le discours visuel mis en place pour le Parti socialiste dans son affiche (figure 55) en faveur de l'initiative « Être solidaires ». L'image créée à cette occasion montre

►  
Figure 55  
Contre le statut  
des saisonniers,  
tous solidaires.  
Votez oui  
(Anonyme,  
1981).  
(Droits réservés)



Parti socialiste



**CONTRE**  
LE STATUT DES  
SAISONNIERS,  
TOUS  
**SOLIDAIRES**  
VOTEZ

**OUI**

une main dont les cinq doigts sont en fait cinq petits personnages. Un visage est effectivement dessiné sur la pulpe de chacun des doigts. L'index et l'annulaire représentent tous les deux des étrangers (aisément reconnaissables par leur visage barbu et moustachu, un stéréotype récurrent dans les portraits de travailleurs issus du sud de l'Europe). Le nœud-papillon et la salopette du second permettent d'imaginer qu'il s'agit d'une personne travaillant dans le secteur de la restauration et d'une autre travaillant dans l'industrie ou la construction. Le majeur et l'auriculaire symbolisent, quant à eux, des cadres suisses, reconnaissables à leur visage rasé de près, leur costume et leur cravate. Le majeur entoure de ses bras l'annulaire et l'index d'un geste rassembleur, mais très paternaliste. Une nouvelle fois, sous le couvert d'une vision positive de l'immigration, la structure argumentative établie replace les étrangers dans une position subalterne et stéréotypique.

La manière dont sont représentés les étrangers ne varie pratiquement pas durant les deux décennies suivantes. Après une dernière votation sur deux nouvelles initiatives du Mouvement contre la surpopulation étrangère dans les années 1970, deux nouvelles propositions visant à limiter l'immigration sont à nouveau soumises à votation en 1988 et en 2000.

Les affiches éditées dans le cadre de la campagne de 1988 contre l'initiative « Pour la limitation de l'immigration » répètent la plupart des représentations trouvées dans les affiches des années 1970. Une image montre par exemple une serveuse, un ouvrier de la construction et une infirmière derrière une barrière et interroge le spectateur par le biais du slogan « Que ferions-nous sans eux ? ». Une autre image (figure 40, p. 124) représentant trois hommes sur un échafaudage interpelle, quant à elle, le spectateur par le mot d'ordre « ils bâtissent pour vous. Vous voterez pour eux ».

L'affiche (figure 41, p. 124) créée par Exem dénonce, pour sa part, les composantes hypocrites et xénophobes de l'initiative par le biais d'une illustration mettant en scène les fameux personnages de Hergé, Tintin et Chang, renvoyés à coup de pied par un douanier à la frontière du pays, alors que Rastapopoulos et le colonel Olrik sont généreusement accueillis, un autre officier des douanes leur faisant des courbettes en les laissant passer la frontière.

En 2000, les affiches diffusées pendant la campagne contre l'initiative « Pour une réglementation de l'immigration », également connue comme l'« initiative des 18 % » en référence au pourcentage maximum d'étrangers dans la population suisse qu'elle souhaitait imposer, recourent, elles aussi, à une rhétorique presque identique à celle des productions des années 1970 et 1980, mais quelques petits changements commencent cependant à se manifester.

Une affiche des Jeunes Libéraux intitulée « Notre prospérité s'est construite avec les étrangers » souligne le rôle essentiel de la main-d'œuvre immigrée pour l'économie du pays, tout comme l'avaient déjà fait un grand nombre d'affiches lors des votations des années 1970. La différence entre cette image et les productions antérieures se situe dans la diversité des profils et des pays d'origine des travailleurs représentés. Parmi les quatre figures présentées sur l'image, l'une d'entre elles est munie d'une truelle, une autre d'un crayon et une troisième porte une mallette. Les quatre silhouettes crayonnées sont couvertes d'un patchwork composé de drapeaux de différents pays (Japon, Canada, Allemagne, Royaume-Uni, Italie, etc.). Même si le focus argumentatif reste identique à celui de nombreuses affiches plus anciennes, cette affiche parvient tout de même à éviter les représentations stéréotypées du travailleur étranger et, par la symbolisation de celui-ci par le biais de silhouettes stylisées et abstraites, à proposer une vision diversifiée et moderne de cette figure. Le *Gastarbeiter* n'est ainsi plus seulement symbolisé sous les traits d'un ouvrier peu qualifié du sud de l'Europe, mais sous un ensemble de facettes protéiformes.

La grande majorité des autres affiches diffusées dans le cadre de la campagne contre l'« initiative des 18 % » font, quant à elle, appel à des arguments dénonçant l'arbitraire et la xénophobie de cette proposition. Elles restent la plupart du temps uniquement textuelles, si ce n'est l'affiche créée par Exem pour le Comité unitaire contre l'initiative xénophobe. Surmontée par le slogan « Non au seuil d'intolérance », une illustration dans le style de la ligne claire montre deux hommes, un nain de jardin et un Suisse portant un costume traditionnel, taillant une haie devant laquelle six personnages sont alignés. Le nain tient dans sa main une toise en bois sur laquelle le chiffre « 18 % » est gravé, pendant que l'homme suisse coupe, à l'aide d'un sécateur, la tête des personnages dont la taille dépasse la limite des 18 %. Alors que ces deux hommes portent clairement les marques de leur nationalité helvétique (une tenue rouge et blanche pour le nain et un costume d'armailli pour l'autre homme), les six personnages alignés contre la haie peuvent, quant à eux, facilement être identifiés comme étant des étrangers, puisqu'ils sont affublés de traits caractéristiques stéréotypiques. Les six personnages, cinq hommes et une femme, ont tous des traits différents, leur peau et leurs cheveux sont plus ou moins foncés et nous pouvons reconnaître sans trop de difficultés des hommes d'origine nord-africaine, noire-africaine, sud-européenne ou nord-européenne, ainsi qu'une femme d'origine asiatique. Une valise est placée près d'eux, comme pour prouver et ancrer encore plus fortement leur statut d'immigré. Comme dans l'affiche « notre prospérité s'est construite

avec les étrangers », la représentation des étrangers s'est largement diversifiée et ne reste plus limitée à celle de l'ouvrier italien ou espagnol. Les traits des personnages convoqués restent très stéréotypés, mais cette stéréotypisation est appliquée de manière identique aux figures indigènes et étrangères et peut également par le style graphique utilisé ici.

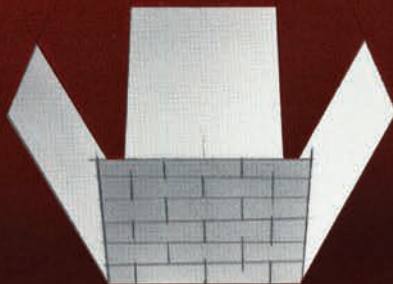
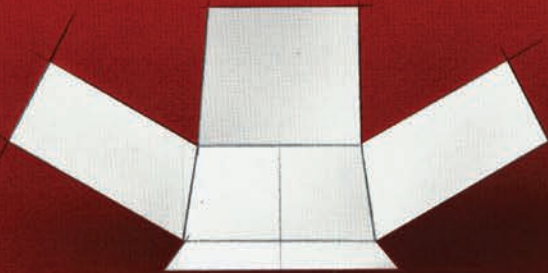
En parallèle du phénomène de la diversification des représentations de la migration, l'un des changements principaux de la politisation de la question étrangère, et nous l'avons déjà démontré à plusieurs reprises, est la focalisation grandissante des débats sur le thème de l'asile.

Dans les discours pro-immigration, le domaine de l'asile est principalement représenté par le combat contre la xénophobie et la défense des droits des réfugiés. En 1987, le Comité référendaire contre l'affaiblissement du droit d'asile et le durcissement de la loi sur les étrangers a, par exemple, publié une affiche (figure 56) contre les deux révisions soumises au vote. Cette affiche, constituée de quatre images, retrace le processus d'une croix blanche sur un fond rouge qui, petit à petit, se referme sur elle-même pour devenir un bloc de briques blanches. Condamnant l'étroitesse d'esprit et la fermeture des frontières potentiellement engendrées par les deux révisions, l'affiche recourt à une construction rhétorique très similaire à celle de l'affiche créée par Piatti dans le cadre de sa campagne contre l'initiative Schwarzenbach.

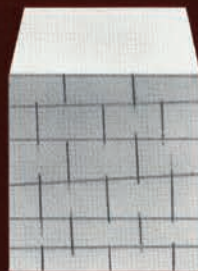
Une autre affiche d'Exem publiée lors de la campagne précédant la votation au sujet de la loi fédérale sur les mesures de contrainte en matière de droit des étrangers (figure 57, p. 168) reprend, quant à elle, les mêmes schémas rhétoriques que ceux utilisés dans l'affiche créée par l'auteur en 1998. Se réappropriant les personnages emblématiques de Tintin, l'image montre Tintin et Tchang mis au pilori, dans le sens littéral du terme, par deux policiers. Leurs « crimes » sont indiqués sur leur joug (« papiers pas en règle » et « se cachait »). Dans l'arrière-plan de cette scène, Rastapopoulos et d'autres « méchants » vaquent à leurs occupations en toute impunité. Une nouvelle fois, le but est ici de démontrer l'inégalité de traitement et l'hypocrisie de la proposition soumise au vote.

Dans le cadre de la votation de 1999 sur la loi sur l'asile et l'arrêté fédéral sur les mesures urgentes dans le domaine de l'asile et des étrangers, les promoteurs d'une politique d'ouverture à la migration concentrent principalement leur attention sur la dimension humanitaire de l'asile, comme l'illustre notamment l'affiche créée par le Comité contre le démantèlement du droit d'asile. L'année 1999 marque également l'apparition d'une nouvelle figure dans certaines des affiches de partis de gauche : la victime de persécution. Celle-ci est représentée sous les traits d'un homme enfermé derrière les

►  
Figure 56  
Asylgestz-  
revision  
Ausländer-  
gesetzrevision  
4./5. April 1987  
Nein (Stephan  
Bundi, 1987)  
(Bibliothèque  
nationale  
suisse, Cabinet  
des estampes :  
Collection  
d'affiches)



Asylgesetzrevision  
Ausländergesetzrevision  
4./5. April 1987



**Nein**

Referendumskomitee gegen die Aushöhlung des  
Asylrechts und die Verschärfung des Ausländergesetzes,  
Schwarztorstrasse 32, 3007 Bern

Gestaltung: Stephan Bündi Druck: Ritz AG Komitee: C. Weber, Hämli Matt, Amisäge

# NON

## AUX MESURES DE CONTRAINTE



COMITÉ CONTRE LES MESURES DE CONTRAINTE



◀ Figure 58  
L'asile est un droit  
Pour rester solidaire 2 x non  
le 13 juin  
(Anonyme, 1999).  
(Bibliothèque de Genève,  
Da 2931)

barreaux d'une cellule dans une affiche du Parti socialiste (figure 58), d'une femme dans un camp de réfugiés dans l'affiche des Verts (figure 45, p. 133) ou d'une femme fuyant un village dévasté dans une autre image (figure 44, p. 133). Toutes ses figures visent à symboliser la fragilité supposée des requérants d'asile, la difficulté de leur parcours et la vulnérabilité de leur statut.

Ce rapide survol historique souligne le fait que la participation des étrangers dans la politisation de leur rôle de citoyens ou de membres de la communauté, ainsi que de leur importance – ou non – pour la société suisse était, jusqu'au début des années 2000, totalement inexistante; tout du moins lorsque l'on se penche sur la composante visuelle des discours de communication politique. Les parties prenantes engagées dans la promotion d'une vision positive de l'immigration émanent principalement des partis de gauche, des syndicats et de comités ad hoc. Les associations et les groupes d'intérêt de migrants n'étaient effectivement jamais directement impliqués

◀ Figure 57  
Non aux  
mesures  
de contrainte  
(Exem, 1994).

dans la représentation et la mise en image de ces questions qui les touchent pourtant directement.

Les images choisies pour défendre une politique migratoire ouverte et non discriminatoire se fondent effectivement principalement sur une représentation utilitariste et subalterne des étrangers. Si l'importance des travailleurs immigrés pour la Suisse est régulièrement soulignée, les images convoquées souffrent souvent de leur tendance à offrir une vision paternaliste et stéréotypée des étrangers. Les *Gastarbeiter* sont presque toujours cantonnés dans des postes peu qualifiés ou dans des domaines bien spécifiques du marché de l'emploi. Même si cet état de fait correspond à la réalité d'un nombre important d'étrangers dans les années 1970 et 1980, ces représentations du travailleur immigré (un ouvrier de l'industrie, de la construction ou de la restauration portant une moustache) semblent cependant réductrices.

Les étrangers sont, de plus, également souvent représentés comme des victimes; des victimes fuyant les persécutions de leur pays d'origine ou des victimes de l'inégalité des droits et de la xénophobie de leur pays d'accueil. Dans cette vision, le migrant est, une fois de plus, considéré d'un point de vue paternaliste le privant de sa possibilité d'action.

## **Les étrangers s'impliquent publiquement dans le débat**

Le vote de 2004 sur la modification des conditions d'octroi de la nationalité suisse a fortement fait évoluer cette situation. Pour la première fois de l'histoire du pays, les étrangers, en particulier les immigrés de seconde génération, commencent à s'impliquer publiquement dans les débats politiques.

En 2004, l'Assemblée fédérale propose effectivement deux révisions de la loi sur la naturalisation. La première aurait offert un accès facilité à la citoyenneté pour les étrangers de la deuxième génération, la seconde la naturalisation automatique des étrangers de troisième génération, donc des petits-enfants de migrants, en faisant la demande. Même si les deux propositions étaient soutenues par l'ensemble des grands partis gouvernementaux, à l'exception de l'UDC, celles-ci ont, toutes les deux, été rejetées par les citoyens du pays.

Au cours de la campagne précédant cette votation, le débat sur la notion de la citoyenneté a été crucial et les tensions entre les stratégies politiques exclusionnistes et inclusionnistes ont contribué à redessiner les frontières symboliques de l'appartenance nationale helvétique. En Suisse, comme dans d'autres démocraties hautement bureaucratisées, la loi est l'un des mécanismes centraux de la construction et de la légitimation des catégories sociales<sup>119</sup>. Les scrutins populaires

portant sur la citoyenneté constituent ainsi, pour les acteurs politiques, une opportunité de défendre les points de vue sur la «suissitude» et l'altérité et sur qui peut, ou non, être considéré comme faisant partie du peuple suisse. Ceux-ci rendent souvent compte d'une conception méritocratique de l'acquisition de la nationalité, liée à une vision défensive de l'idée de nation. L'appartenance nationale est ainsi considérée comme un privilège, comme quelque chose qui doit se mériter, en d'autres termes, comme un Graal qui doit être protégé et auquel seuls les élus ont accès.

À ce propos, Schneider<sup>120</sup> insiste sur l'importance de comprendre les «représentations publiques de l'appartenance» comme l'un des principes structurants de base de toute formation d'identité spécifique. La question de la naturalisation est, pourtant, un sujet très émotionnel et les combats politiques qui sont menés autour du droit à la citoyenneté ont souvent tendance à l'être davantage sur le champ symbolique que sur celui législatif<sup>121</sup>. Le but des participants étant, à cette occasion, principalement de s'affronter dans des luttes culturelles et d'appartenance autour de la notion d'identité, ceci afin d'établir une distinction entre ceux qui «méritent» de devenir suisses et ceux à qui l'on refuse ce droit.

Pour contrecarrer cette campagne agressive, les *Secondos*, soutenus par les organisations politiques de gauche et une grande partie des partis de droite, décident d'affirmer, dans les productions visuelles de leur communication politique, leur droit à devenir des citoyens suisses. Une affiche diffusée par le Parti socialiste suisse (PSS) (figure 59, p. 172) est, par exemple, construite en deux parties. Sa partie supérieure est composée d'une photographie sur laquelle on voit, de dos, quatre bébés nus assis dans une pièce entièrement blanche. Les quatre enfants semblent regarder dans la même direction (le côté gauche de l'affiche). Deux d'entre eux ont la peau blanche, un autre la peau noire et le quatrième a la peau basanée. La partie inférieure de l'affiche est, de manière identique à l'autre moitié de l'image, blanche. Ces deux parties sont délimitées par une épaisse ligne rouge. Sur ce fond blanc, le slogan «Dites oui plutôt que jö» («*Sagen Sie ja statt jö*») apparaît en lettres noires, puis en plus petites lettres grises «le 26 septembre, 2x oui à la naturalisation facilitée» («*Am 26. September, 2x ja zur erleichterten Einbürgerung*»).

Cette affiche du PSS utilise la même photographie que l'affiche d'ID Swiss/IG Secondas (figure 60, p. 172). Seule la partie inférieure de cette dernière change. Sur un fond noir, juste en dessous de l'image des quatre bébés, le slogan «*Made in Switzerland*» est écrit en lettres rouges, puis, à l'extrémité inférieure de l'affiche, le spectateur peut lire «ID Swiss, 2 x oui à la naturalisation facilitée le 26 septembre 2004», en lettres blanches beaucoup plus petites.



**//Sagen Sie ja statt jö.**  
Am 26. September 2x zur  
erleichterten Einbürgerung.

Eine Stimme für Sie. **SP**  
www.spzuerich.ch


Figure 59 – *Sagen Sie ja statt jö. Am 26. September 2 x zur erleichterten Einbürgerung.* (Anonyme, 2004, droits réservés) (Bibliothèque nationale suisse, Cabinet des estampes : Collection d'affiches)



**Made in Switzerland**

**ID SWISS**  
Erleichterte Einbürgerungen:  
am 26. September 2004 **2xJA**

Figure 60 – *Made in Switzerland ID SWISS Erleichterte Einbürgerung: 2 x JA.* (© Medienbüro Selezione, Ligornetto, 2004, www.selezione.ch)



**typisch schweizerisch**

**ID SWISS**  
Erleichterte Einbürgerungen:  
am 26. September 2004 **2xJA**

Figure 61 – *typisch schweizerisch*  
(© Medienbüro Selezione, Ligornetto, 2004, www.selezione.ch)

Ces deux affiches insistent sur le fait que les quatre bébés sont égaux, puisqu'ils sont assis côte à côte, sans aucune distinction entre eux, et regardent dans la même direction. La direction de leur regard semble indiquer qu'ils regardent tous la même chose et partagent ainsi une vision commune. L'affiche d'ID Swiss/IG Secondas promeut l'idée que, malgré leur couleur de peau différente, chacun de ces enfants est « *made in Switzerland* », c'est-à-dire est né et a été conçu dans le pays. En exploitant ce célèbre label fièrement défendu, elle considère ces bébés comme de purs « produits suisses » et introduit ainsi une conception intégrative de la citoyenneté. Pour le PSS et ID Swiss/IG Secondas, il est évident que, peu importe leur couleur de peau ou leurs origines ethniques, ces bébés sont des citoyens suisses.

La même perspective argumentative se dessine sur une seconde affiche d'ID Swiss/IG Secondas (figure 62, p. 174), cette fois-ci sans exploiter la représentation de bébés aux origines diverses, mais en ayant recours à un symbole typiquement suisse : le caquelon à fondue, qui devient, dans le cadre de la construction rhétorique établie ici, un nouveau symbole d'unité culturelle. Cette affiche est également construite en deux parties. Sa partie supérieure est composée d'une reproduction d'un caquelon à fondue peint en noir et décoré d'edelweiss. À l'intérieur du caquelon, le spectateur peut voir des spaghettis, quatre fourchettes à fondue et un petit drapeau suisse. L'arrière-plan de l'image est bleu. L'arrière-plan de la partie inférieure de l'image est, quant à elle, rouge ; des lettres blanches sont imprimées sur celui-ci. On remarque notamment le logo ID Swiss/IG Secondas, ainsi que l'indication « naturalisation facilitée, le 26 septembre 2 x oui ».

Le caquelon est ici utilisé comme un symbole du melting-pot. Il symbolise le fait que les membres de la deuxième génération partagent et enrichissent les rituels et valeurs de leurs compatriotes. Ils soulignent ainsi leur adhésion culturelle aux rituels nationaux, en exploitant l'image de la fondue autour de laquelle les personnes aux origines suisses et étrangères communient. Les spaghettis à l'intérieur du caquelon (en lieu et place de la traditionnelle fondue au fromage) reflètent la valeur positive que l'immigration peut ajouter à la culture helvétique, et offre aux étrangers le droit de développer leur propre perception des traditions suisses. Dans le cadre de cette construction argumentative, les étrangers sont considérés comme faisant partie intégrante de la communauté suisse et la rhétorique développée dans l'affiche souligne la contribution offerte par les étrangers de deuxième et troisième génération à la richesse culturelle du pays.

Dans une carte postale (figure 61) créée par ID Swiss/IG Secondas, les *Secondos* recourent à la même ligne argumentative que les affiches susmentionnées. Sur un fond noir, la photographie d'un homme blanc, d'une femme noire et d'une femme blanche occupe la partie supérieure de la carte postale. La photo



foto: e-gfx.ch



**ID SWISS**

Erleichterte Einbürgerungen:  
am 26. September 2004

**2xJA**

 **secondas**  
www.igsecondas.ch

[www.einbuengerung-ja.ch](http://www.einbuengerung-ja.ch)

Figure 62 – Erleichterte Einbürgerungen 2 x JA am 26. September 2004  
(Cesar Sommer Basel, 2004). (Droits réservés)



en noir et blanc montre ces trois jeunes personnes portant des tenues à la mode, bras dessus bras dessous et souriant au récepteur du message. Sous cette image, le texte « typiquement suisse » est imprimé en lettres noires et blanches. Le logo d'ID Swiss/IG Secondas est visible sur la partie inférieure de la carte postale, ainsi que la mention « naturalisation facilitée, 2 x oui ». Le message est ici relativement clair : peu important leur couleur de peau ou leurs origines, ces trois personnes sont typiquement suisses. Elles sont le reflet d'une Suisse moderne et multiculturelle ; une réalité qui est déjà existante dans la vie des étrangers de deuxième génération. L'argumentation développée justifie ainsi l'octroi de la naturalisation facilitée pour les *Secondos*, puisqu'ils disposent déjà d'un sentiment d'appartenance à la nation. Pour eux, ils font, *de facto*, partie de la nation.

Une autre affiche (figure 63) créée par le Parti démocrate-chrétien (PDC) défend une position identique. Apposée sur un fond rouge homogène, une illustration, reprenant le style d'un dessin de presse, montre cinq joueurs de l'équipe nationale suisse de football attendant le début du match. Face à eux, on remarque l'ombre d'une autre équipe. Contrairement à l'équipe suisse qui est loin d'être au complet, on note que les joueurs adverses sont beaucoup plus nombreux. La balle de foot posée au centre du terrain entre les deux équipes indique que la partie est sur le point d'être lancée. Sur l'image, l'un des joueurs de l'équipe helvétique demande à ses coéquipiers « Qu'attendons-nous ? » (« *Auf was warten wir?* »). Ce à quoi un autre joueur répond : « La naturalisation facilitée de nos coéquipiers » (« *Auf die erleichterte Einbürgerung unserer Mitspieler* »). Sous cette image apparaît le slogan « Intégrer et naturaliser ce qui est indigène » (« *Integrieren und einbürgern, was einheimisch ist* »), imprimé en grandes lettres blanches.

▲  
Figure 63  
*Integrieren und einbürgern, was einheimisch ist* (Anonyme, 2004).  
(Bibliothèque nationale suisse, Cabinet des estampes : Collection d'affiches)

Sur la droite de l’affiche, à la gauche de l’illustration, une croix blanche ainsi que la mention « Oui au nouveau droit de citoyenneté ! » (« *Ja zum neuen Bürgerrecht !* ») sont imprimées sur l’arrière-plan rouge. La construction rhétorique est ici relativement claire et exploite la même perspective que d’autres affiches présentées plus haut. Les candidats à la naturalisation touchés par les deux révisions proposées sont nés en Suisse, ils sont natifs du pays et ont, par conséquent, le droit d’être reconnus comme des citoyens à part entière.

L’affiche fait référence à une réalité récurrente de la composition de l’équipe nationale, qui était, par exemple, l’une des équipes les plus multiculturelles de la Coupe du monde 2014. Nombre de ses joueurs avaient ainsi des grands-parents originaires d’Italie, des parents venant d’Espagne ou étaient même nés au Kosovo, en Macédoine, en Côte d’Ivoire ou au Cap Vert. Beaucoup d’observateurs ont, à ce propos, souligné la contradiction existant entre la politique de migration et d’intégration restrictive du pays et le multiculturalisme de son équipe de foot. Un article tiré de la presse faisant référence à la votation du 9 février titrait, par exemple, « L’équipe suisse de foot multiculturelle pourrait-elle faire regretter les quotas d’immigration au pays ? » (« *Could Switzerland’s Multicultural Soccer Team Make the Country Regret Immigration Quotas ?* »)<sup>122</sup>.

Même si ces éléments de communication visuelle promeuvent une vision intégrative de l’immigration et sont extrêmement fortes, puisqu’il s’agit des premiers exemples d’une campagne politique qui a conduit à l’établissement d’une identité visuelle des migrants créée par eux-mêmes, les messages véhiculés souffrent de la rhétorique culturaliste utilisée dans ces affiches et carte postale. Malgré le fait que celles-ci défendent des positions radicalement différentes, les campagnes de l’UDC et d’ID Swiss/IG Secondas utilisent ainsi une forme de discours s’appuyant sur des images stéréotypées des migrants<sup>123</sup>.

Après l’échec de la tentative de libéraliser l’accès à la citoyenneté pour les étrangers de deuxième et troisième générations menée en 2004, la politisation de la migration revient à sa routine habituelle. La votation de 2006 sur la modification de la législation sur l’asile et les étrangers renoue avec les schémas argumentatifs usuels. L’UDC et ses sympathisants argumentent, pour leur part, en faveur d’un durcissement des deux lois, afin de « lutter contre les abus », alors que leurs opposants dénoncent, quant à eux, la composante arbitraire, exclusionniste et inhumaine de ces deux révisions. La figure de l’étranger n’apparaît cependant explicitement dans aucune des productions visuelles créées par les deux parties.

En 2008, les citoyens suisses sont, une nouvelle fois, appelés à se prononcer sur la procédure de naturalisation dans le cadre d’une votation en lien avec l’initiative de l’UDC « Pour des naturalisations démocratiques ». Par le



Figure 64 – *Demokratie entwickelt sich weiter. Bewegen wir uns mit. 2 x Ja. Ja zum Stimm- und Wahlrecht für alle mit niederlassungsbewilligung* (Inconnu, 2010). (BastA! – Basels starke Alternative)

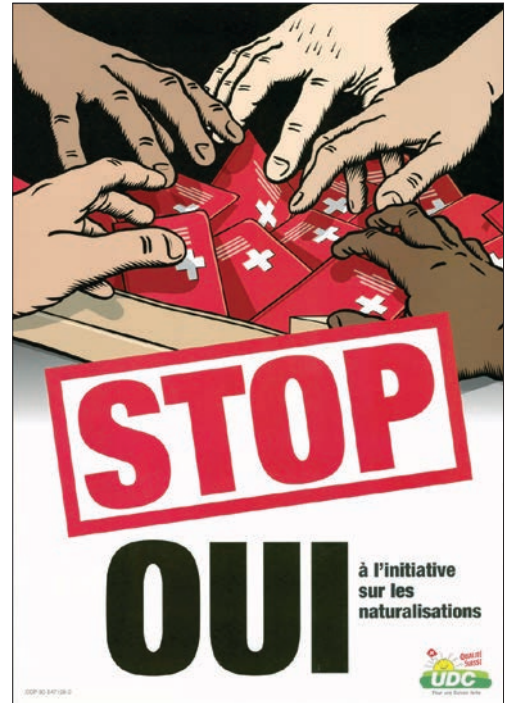


Figure 65 – *STOP OUI à l'initiative sur les naturalisations* (Goal AG Werbung, 2008).

biais de cette initiative, le parti souhaitait que la décision d'octroi, ou non, de la citoyenneté aux candidats à la naturalisation soit confiée aux personnes ayant le droit de vote dans la commune de résidence du candidat. Combattus par tous les autres partis gouvernementaux, les opposants à l'initiative répondent à l'UDC – qui réutilise ici une affiche pratiquement identique à celle de 2004 (des mains avides s'abattant sur une caisse remplie de passeports suisses (figure 65) – au moyen d'affiches dénonçant le risque d'arbitraire que comporte une procédure de naturalisation passant par les urnes. Le Parti radical crée, par exemple, une affiche montrant un citoyen suisse portant un t-shirt orné d'un drapeau du pays. Celui-ci est en train de déposer son bulletin de vote dans une urne, les yeux bandés. Le slogan sous l'image ajoute « Naturalisations à l'aveugle? Non à l'arbitraire ». Les Verts diffusent, quant à eux, une affiche mettant en scène neufs moutons de différentes couleurs. Les quatre moutons blancs portent autour du cou une pancarte sur laquelle il est écrit le mot « accepté », alors que les cinq moutons d'une autre couleur sont affublés d'une pancarte « refusé ». L'image est appuyée par un slogan proclamant « non aux naturalisations à la tête du client ».

Le mouvement des *Secondos* reste, quant à lui, absent des débats menés dans le cadre de cette échéance populaire. Aucune affiche ou prise de position publique de leur part n'a effectivement été répertoriée durant la campagne précédant la votation sur l'initiative de 2008. Après la votation de 2004, on note qu'IG Secondas ne s'est pratiquement plus jamais manifestée sur la scène politique nationale. La plupart de ses prises de position après cette date ont, en effet, été presque exclusivement formulées dans le cadre de scrutins cantonaux abordant la question de la participation politique des étrangers, et ce principalement en Suisse alémanique.

L'organisation a ainsi établi, dans le contexte des élections communales de Zurich en 2006, une liste électorale composée exclusivement d'immigrés de deuxième et troisième génération. Celle-ci a été promue par le mouvement grâce au slogan «*Feel the difference*». En 2010, Secondas Plus, nouvelle dénomination de l'organisation depuis cette date, fait campagne en faveur de l'octroi du droit de cité aux étrangers résidents établis de longue date dans le canton de Bâle-Ville avec une affiche (figure 64, p. 177) retraçant le parcours vers la démocratisation des droits civiques au cours des siècles (uniquement réservé aux citoyens bâlois en 1833, puis élargi graduellement aux catholiques en 1848 et aux juifs en 1866, puis aux femmes en 1966 et aux Suisses de l'étranger en 1975). Pour Secondas Plus, le vote des étrangers constitue ainsi la suite logique de ce développement démocratique. La même année, l'organisation a diffusé une affiche sur la même thématique dans le canton de Berne. L'affiche créée à cette occasion exploitait le slogan «*Vivre ensemble, voter ensemble*» («*Zäme läbe, zäme stimme*») et dénonçait le fait que certains résidents bernois avaient le droit de s'exprimer aux urnes (symbolisés sur l'affiche par un phylactère), alors que d'autres étaient privés de ce droit (représentés par un signe X sur l'affiche). L'organisation a également mené une campagne pour la même cause dans le canton de Zurich en 2013.

La seule exception nationale à ces prises de position cantonales est un badge créé en 2014 lors de la campagne contre l'initiative du 9 février «*Contre l'immigration de masse*». Représentant une grue accompagnée du slogan «*La Suisse construit sur nous*» («*Die Schweiz baut auf uns*»), le message recourt à une rhétorique que l'on retrouve de manière récurrente dans les décennies précédentes.

Au niveau national, le Mouvement des *Secondos* semble ainsi s'être essoufflé et la promotion d'une vision positive de l'immigration est à nouveau principalement défendue par ses acteurs traditionnels que sont les partis de gauche et les syndicats. Si ceux-ci s'impliquent le plus fréquemment dans le cadre des votations fédérales sur les questions de migration, ils sont également à l'origine de campagnes de sensibilisation visant à renverser les stéréotypes



Figure 66  
Un kosovar  
fait rêver la Suisse!  
(Anonyme, 2012).  
(Droits réservés)  
Source : UNIA



Figure 67  
*Ohne uns keine  
Olma-Bratwurst*  
(Anonyme, 2013).  
Source : UNIA



Figure 68  
Sans nous pas de  
montres suisses  
(Anonyme, 2013).  
Source : UNIA

négatifs créés et perpétués dans les discours anti-immigration et dans l'esthétique du péril migratoire.

En 2011, le syndicat Unia lance ainsi sa campagne « Sans nous, pas de Suisse », dans le but de répondre au climat xénophobe grandissant. En diffusant des statistiques sur l'impact positif des immigrés sur l'économie et le système social suisses, le syndicat cherche à remettre en question les déclarations xénophobes qui circulent régulièrement dans le cadre de différentes campagnes politiques.

Dans le même ordre d'idée, Unia publie, également dans la presse, une annonce (figure 66) en réponse à une autre annonce diffusée par l'UDC lors de la campagne de récolte de signatures pour l'initiative « Contre l'immigration de masse » et intitulée « Des Kosovars poignardent un Suisse! ». L'annonce d'Unia reprend ainsi un design presque identique à celui de l'annonce de l'UDC et porte, quant à elle, le titre « Un Kosovar fait rêver la Suisse », en référence à Xherdan Shaqiri, un joueur de l'équipe suisse de football né au Kosovo, qui « a sauvé l'honneur de la Suisse » en marquant trois buts au cours d'un match de qualification pour l'Euro 2012<sup>124</sup>.

Cette annonce fonctionne sur une forme de représentation similaire à celle d'une série d'affiches diffusées à plusieurs reprises au cours des dernières années. Comme de nombreuses productions créées par les acteurs pro-immigration, ces affiches soulignent l'importance des étrangers pour la communauté et le succès de l'économie suisse. Dans le cadre de cette campagne,



# La démesure nuit à la Suisse

**Stopper** l'immigration  
massive

**OUI**

différentes versions du slogan « Sans nous, pas de Suisse » sont ainsi conçues : « sans nous... pas de saucisse à rôti olma, pas de chocolat, pas d'industrie de la construction, ... pas de football, ... pas de montres suisses, ... pas de recherche, ... pas de soins de santé, etc. ». Chacune de ces affiches représente une situation illustrant son slogan spécifique et met en scène des silhouettes d'ouvriers de l'horlogerie, de la construction, de la santé, des chercheurs ou des footballeurs, etc. Certaines silhouettes ont été découpées, laissant un trou béant dans l'image. Au-dessous de ces photographies, Unia donne des statistiques illustrant ses propos, tels que « Presque 60 % des ouvriers de l'horlogerie n'ont pas de passeport suisse ». Ces images restent ainsi dans la continuité d'affiches antérieures et résonnent avec la campagne des *Secondos* « Sans immigrés, pas de pizza »<sup>125</sup>. Comme cela fut également le cas dans la communication de certaines organisations dans le courant des années 1970, le but de cette argumentation est de créer un contre-discours soulignant le rôle crucial des étrangers dans la société suisse. Si l'industrie de la construction est à nouveau présente sur ces affiches plus récentes, la campagne d'Unia se penche également sur d'autres champs d'activité qui participent plus spécifiquement de l'identité nationale suisse stéréotypique, tels que les industries horlogère ou chocolatière. Une nouvelle fois, l'argumentation rhétorique fonctionne sur la démonstration que les étrangers sont, *de facto*, des éléments constitutifs essentiels de la nation. Ils sont ainsi présentés comme des composantes actives du succès économique et de la richesse culturelle du pays.

## L'électrochoc du 9 février 2014

En dépit de tentatives répétées visant à représenter, dans les débats publics, l'immigration sous une lumière positive, le climat xénophobe grandissant en Suisse a abouti, durant les dix dernières années, à l'acceptation par le peuple d'un certain nombre d'initiatives anti-étrangères. La courte majorité obtenue par l'initiative de 2014 constitue, nous l'avons déjà dit, un résultat décisif dans l'histoire politique suisse, puisqu'elle permet à l'initiative de l'UDC de devenir la première initiative populaire visant à diminuer le taux de population étrangère à avoir été acceptée par les citoyens du pays. Les dix précédentes propositions réclamant une telle réduction avaient effectivement toutes échouées, que cela soit lors de la récolte de signature ou de leur passage dans les urnes.

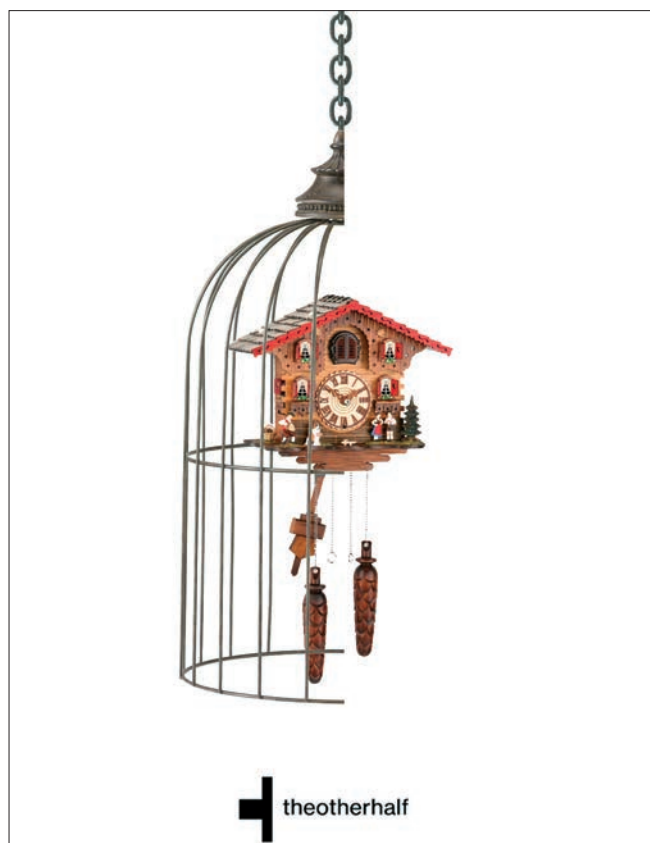
Les affiches issues de la campagne menée par les opposants au référendum « Contre l'immigration de masse », qui impliquaient tous les partis gouvernementaux à l'exception de l'UDC, se sont principalement focalisées sur

◀ Figure 69  
La démesure nuit à la Suisse  
Stopper  
l'immigration massive OUI  
(Goal AG, Werbung 2014).

le slogan « Abattre notre prospérité? L'initiative UDC isole la Suisse », accompagné de l'image d'un pommier couvert de fruits en train d'être abattu par un bûcheron. Le bûcheron incarne la réminiscence d'un symbole récurrent bien connu de l'histoire culturelle suisse ; il s'agit effectivement de la reproduction d'une figure peinte par le célèbre artiste Ferdinand Hodler dans l'une de ses toiles iconiques, *Der Holzfäller* (« Le bûcheron »), et constitue un symbole qui a été réutilisé à de nombreuses reprises depuis le siècle dernier. Le motif du pommier est, lui aussi, un classique de l'iconographie politique du pays et a également été choisi par l'UDC lors de cette campagne. L'affiche de l'UDC joue (figure 69, p. 180) effectivement, elle aussi, sur l'image d'un pommier ; les racines de ce dernier encerclent la Suisse. Le pays est symbolisé par le biais de ses contours géographiques, peints en rouge et blanc, et est représenté comme une terre aride, tombant en morceaux. Sous cette image, le slogan « La démesure nuit à la Suisse. Stopper l'immigration de masse » apparaît.

Chacune des affiches recourt au symbole du pommier pour faire référence à la notion de prospérité suisse. Cependant, l'UDC défend l'idée que cette prospérité est menacée par l'immigration, alors qu'à l'inverse, ses opposants estiment que c'est la fermeture des frontières qui nuirait à l'économie du pays. Malgré des positions idéologiques radicalement opposées, les deux parties recourent à un symbolisme pratiquement identique, sans convoquer de référence explicite à la figure de l'étranger. La campagne se déroule ainsi dans une atmosphère relativement calme et personne ne s'attend réellement au succès de l'initiative, les sondages la donnant perdante.

La proclamation des résultats de la votation du 9 février est ainsi un choc pour une grande partie de la population. Certains citoyens ayant voté en faveur de l'initiative expriment ainsi même leurs regrets, arguant que leur vote était avant tout un vote de protestation contre les élites politiques et que, s'ils avaient su que l'initiative serait acceptée, ils n'auraient jamais soutenu le projet. Au sein des 49,7 % de la population ayant voté non, plusieurs initiatives citoyennes naissent de ce courroux et témoignent de leur indignation. La section Jeunes du Parti socialiste crée, par exemple, un site internet [[www.helpline-blocher.org](http://www.helpline-blocher.org)] pour les étudiants dont le séjour Erasmus est compromis par l'acceptation de l'initiative. Cette helpline est mise en place après une déclaration prononcée par Christoph Blocher sur les ondes de la RTS juste après sa victoire (« Si un étudiant a des problèmes, qu'il m'écrive ! Je l'aiderai »). Le leader de l'UDC répondait, à cette occasion, aux critiques de chercheurs et d'étudiants se plaignant de l'impact désastreux de l'initiative sur la participation de la Suisse aux programmes de recherche et d'échanges européens.



◀  
Figure 70  
*The Other Half*  
(Anonyme, 2014).  
(Droits réservés)

D'autres actions de ce type fleurissent également sur le web. Un site créé par le graphiste Julien de Preux ([www.theotherhalf.ch](http://www.theotherhalf.ch)) encourage par exemple les gens à poster leurs créations sur la page Facebook du site et proclame « Nous sommes l'autre moitié. Les 49,7 % qui souhaitent que la Suisse soit connue pour son ouverture, sa générosité et sa créativité. [...] Les gens qui font du tort à notre pays ne sont pas les étrangers. Il s'agit plutôt de la moitié de la population suisse qui a écrit, en 2014, une page sombre de nos livres d'histoire. [...] Montrons-leur que nous, l'autre moitié, ne sommes pas ce genre de Suisse, que nous sommes un pays multiculturel, diversifié, ouvert sur le plan économique, curieux et solidaire. » Quelques jours après le 9 février, des dizaines d'images avaient été postées sur le site internet. Recourant à des symboles stéréotypés de la Suisse, elles exploitent le plus souvent la figure d'un pays divisé. Une image (figure 70) montre, par exemple, un



Figure 71 – *The Other Half 2* (Anonyme, 2014). (Droits réservés)

coucou, l'horloge traditionnelle suisse, dans une cage à oiseau, mais seule une moitié du coucou est emprisonnée dans cette cage. En recourant à un élément important de l'artisanat helvétique, l'image dénonce la fermeture dans laquelle le pays a été placé par la moitié de sa population.

Une autre image (figure 71) montre un lavabo dans lequel un liquide rouge, avec une croix blanche en son centre et ayant pris la forme de la Suisse, commence à être happé par l'écoulement de l'évier. Le message illustré ici est relativement clair: avec l'acceptation de l'initiative du 9 février, l'essentielle de l'identité suisse commence à s'effacer et risque de finir à l'égoût. Un dernier exemple de cette série de créations met en scène un drapeau suisse. Des mains à la peau plus ou moins foncée tenant des outils (une louche, une clé anglaise, un crayon et un stéthoscope) terminent les quatre bras qui forment la croix blanche en son centre. Cette image qui souligne la diversité des étrangers vivant dans le pays est surmontée du slogan « Sans la main-d'œuvre étrangère, l'économie suisse ne fonctionnerait pas ».

Le site [www.ohnedich.ch](http://www.ohnedich.ch), également mis en place juste après l'annonce des résultats du 9 février, encourage, pour sa part, le citoyen suisse à « propager la bonne humeur et l'amitié envers les étrangers. Montre avec ta contribution que la Suisse est beaucoup plus qu'un gros titre négatif. Dis à un étranger vivant en Suisse combien tu l'apprécies et que la vie sans lui serait... ». Le site suisse alémanique fonctionne ainsi sur les mêmes principes que son homologue romand : la participation civique et l'investissement personnel. Ici à nouveau, seulement quelques jours après l'acceptation de l'initiative, des centaines de personnes avaient posté des photos d'elles-mêmes et de leurs proches sur le site web. Parmi toutes ces images, on trouve notamment un couple mexicaino-suisse ou un autre germano-suisse, des ouvriers suisses et européens et un homme italo-suisse posant devant l'objectif en compagnie d'une amie hongroise. Chacun de ces portraits est accompagné d'un slogan commençant toujours par « Sans toi, ... » dont la suite est personnalisée par leur auteur « ..., nous ne serions pas nous », « ..., ce ne serait pas drôle d'être grand », « ..., les autres restent à la traîne », etc.). Le principe de ces images est très simple et fonctionne sur la réalité expérimentée au quotidien par de nombreux citoyens suisses.

Ces deux actions citoyennes se caractérisent par le fait qu'elles n'émanent pas d'acteurs politiques traditionnels, mais de l'initiative de citoyens ordinaires qui souhaitent simplement exprimer leur mécontentement au sujet du climat politique actuel. Si le déploiement de ce nouveau type de participation civique est rendu possible par le développement des réseaux sociaux et des technologies de la communication, il témoigne également d'une volonté affirmée de certains citoyens de prendre publiquement position contre la mainmise de l'UDC sur la politisation de la migration en Suisse. Le site « *we are the other half* » choisi ainsi d'utiliser un angle créatif pour aborder cette question et encourage la réflexion sur les aspects conceptuels de l'identité nationale, alors qu'[ohnedich.ch](http://www.ohnedich.ch) met l'accent sur la réalité sociale d'un pays multiculturel et l'importance des étrangers dans la vie quotidienne de centaines de Suisses.

## **La difficulté de contrer un discours anti-immigration fort et bien établi**

Ce chapitre démontre la variété des tentatives entreprises par un large spectre d'acteurs pour véhiculer une image positive de l'immigration dans le pays. Depuis le début des années 1970, les partis de gauche, les syndicats, des comités *ad hoc*, des associations d'immigrés ou des citoyens individuels ont effectivement pris publiquement position afin de souligner le rôle crucial des étrangers

dans la richesse culturelle, sociale et économique de la Suisse. Si l'énoncé « Nous ne nous faisons pas d'illusion. Il n'y aura jamais de période faste pour les préoccupations des migrants. Il est donc complètement inutile de s'attendre à des jours meilleurs » publié sur le site de *Secondas Plus* peut sembler relativement cynique au vu du large éventail des efforts fournis pour relayer ces préoccupations, cette observation ne diffère cependant pas tant que cela des conclusions que nous pouvons tirer de notre analyse.

Les représentations positives des étrangers apparaissent effectivement souvent comme des opportunités manquées et moins percutantes lorsqu'on les compare aux représentations négatives véhiculées au sujet des immigrés. Plusieurs points semblent pertinents pour comprendre les échecs de ce discours bienveillant. Les parties prenantes se limitent ainsi souvent à prendre position contre les propositions xénophobes formulées par l'extrême droite et peinent à imposer leur propre agenda politique. Quand ils communiquent, ils tendent également à recourir à une rhétorique visuelle similaire à celle utilisée par les populistes de droite. Comme de nombreuses affiches en témoignent, les défenseurs d'une Suisse multiculturelle exploitent effectivement souvent les mêmes symboles et traits stéréotypés pour mettre en image les notions d'altérité et de « suissitude » que les partisans de la fermeture des frontières. Cela peut, entre autres, s'expliquer par le fait que les productions visuelles impliquent nécessairement une forme d'essentialisation des discours, donc un recours à des symboles immédiatement reconnaissables. Les partis de gauche, les syndicats et les associations de *Secondos* souffrent cependant d'un manque de vocabulaire visuel spécifique, d'une sorte de marque de fabrique stylistique qui leur serait propre. Les stéréotypes, symboles, icônes et figures convoqués pour représenter les étrangers sont ainsi presque toujours les mêmes, quelle que soit la position idéologique de l'émetteur. Rencontrant des difficultés à esquisser une représentation non culturaliste des immigrés, les promoteurs d'une vision intégrative des étrangers dans le pays font parfois simplement le choix de ne pas les représenter explicitement sur leurs affiches. Leur présence est alors « immatérielle » et le message se base, dès lors, essentiellement sur les implications négatives que leur absence engendrerait pour le pays.

La faiblesse de la communication politique pro-immigration est en grande partie due à la quasi-permanence du mouvement anti-immigration dans l'histoire civique du pays. Depuis le milieu des années 1960, les promoteurs d'une politique migratoire exclusionniste ont effectivement presque toujours été présents dans l'arène politique. À cela s'ajoute également le fait qu'aujourd'hui le mouvement est essentiellement représenté par une organisation bien organisée, dotée de moyens et ressources importants, l'UDC. Les

porteurs du discours sur l'impact positif de l'immigration dans le pays sont, à l'inverse, plus divisés, ne sont pas présents de manière permanente dans le paysage politique suisse et disposent de moyens financiers inférieurs. Malgré les efforts consentis par ces acteurs politiques et civils, le développement d'une communication visuelle positive sur les étrangers, d'une réelle esthétique opposée à celle du péril migratoire n'en est qu'à ses prémices et ne parvient pas encore à surmonter ses faiblesses infrastructurelles et stylistiques. ●

## Notes

- 1 Arlettaz, 2004, p. 43.
- 2 Anderson, 1991
- 3 Gingrich et Banks, 2006, p. 87.
- 4 Goldberg, 1993.
- 5 Noiriél, 2007.
- 6 Arlettaz et Arlettaz, 1998.
- 7 Achermann *et al.*, 2010.
- 8 G. Arlettaz, 2004.
- 9 Skenderovic, 2003, p. 191.
- 10 Arlettaz et Arlettaz, 1998.
- 11 Windisch, 2002, p. 39.
- 12 Arlettaz et Arlettaz, 1998.
- 13 Garufo et Maire, 2013.
- 14 Ebel et Fiala, 1983, p. 15.
- 15 Kury, 2008.
- 16 Skenderovic, 2003.
- 17 Fiala, 1984, p. 21.
- 18 Altermatt, 1980/81.
- 19 Skenderovic, 2003.
- 20 Arlettaz, 2004.
- 21 Lasserre, 1993.
- 22 Kury, 2008.
- 23 Altermatt, 1980/81.
- 24 Le parti choisit ce nom en grande partie par provocation envers la gauche et les écologistes. Au-delà de ce pied de nez, l'organisation, présidée depuis 1990 par Jürg Scherrer, est connue pour ses prises de position nationalistes et sa récupération des thèmes classiques de l'extrême droite (durcissement de la politique d'asile et de la législation sur les drogues, opposition aux instances supranationales, etc.).
- 25 Skenderovic et D'Amato, 2008, p. 44.
- 26 Skenderovic et D'Amato, *ibid*, p. 44
- 27 Hess, 2013.
- 28 Noiriél, 2007.
- 29 Misteli et Gisler, 1999, p. 98.
- 30 Romano, 1998.
- 31 Misteli et Gisler, 1999.
- 32 Arlettaz, 2004, p. 15.
- 33 Arlettaz, *ibid*, p. 39
- 34 Arlettaz, *op. cit.*, p. 14.
- 35 Dans le sens du territoire étranger
- 36 Clavien, 1993, p. 233.
- 37 Clavien, 1993, p. 221.
- 38 L'initiative « Interdiction d'abattre le bétail de boucherie sans l'avoir préalablement étourdi » de 1893 visait directement la communauté israélite, mais ne concernait pas explicitement la législation sur les étrangers.
- 39 Arlettaz et Arlettaz, 1998.
- 40 Arlettaz et Arlettaz, *ibid*.
- 41 Skenderovic, 2003.
- 42 Lasserre, 1993, p. 216.
- 43 Arlettaz et Arlettaz, 1998.
- 44 Misteli et Gisler, 1999.
- 45 Arlettaz et Arlettaz, 1998.
- 46 Fiala, 1984, p. 27.
- 47 Arlettaz et Arlettaz, *ibid*.
- 48 Cette lacune est en grande partie due au « principe de rotation » qui présidait toute réflexion en matière de politique migratoire après la Seconde Guerre mondiale. Basée sur le concept du travailleur saisonnier, qui venait pour neuf mois en Suisse dans le cadre d'un contrat de travail temporaire et était contraint de repartir ensuite pour trois mois dans son pays d'origine, la migration est alors essentiellement perçue comme un phénomène provisoire et l'on attend des travailleurs étrangers qu'ils quittent le pays dès leur mission accomplie. De cette perception découle également le concept de l'immigration comme « amortisseur conjoncturel » reposant sur l'utilisation de la main-d'œuvre exogène selon le bon vouloir et les besoins de l'économie, celle-ci pouvant être renvoyée facilement lors des phases de déclin économique et réengagée aussi soudain, sans prise en compte des considérations éthiques qu'un tel traitement pouvait soulever. La fameuse citation de l'écrivain

- Max Frisch « Nous avons demandé des bras, ce sont des hommes qui sont venus » participe également de la réflexion entamée à cette époque par les opposants à ce principe de rotation.
- 49 Steinauer et von Allmen, 2000.
- 50 Ebel et Fiala, 1983.
- 51 Imboden, 1964.
- 52 Romano, 1998, p. 286.
- 53 Arlettaz et Arlettaz, 1998.
- 54 Halter, 2003.
- 55 Romano, 1999.
- 56 Partei gegen die Überfremdung durch Südländer.
- 57 Giroud, 2005.
- 58 Pour une analyse plus approfondie de cette affiche et du processus visuel de criminalisation de l'étranger, se référer au chapitre 4 du présent ouvrage.
- 59 Skenderovic, 2009.
- 60 Misteli et Gisler, 1999.
- 61 Anonyme, 1970. « Rausschmeissermethoden ? Schwarzenbach-Initiative, Nein ! » Pp. -SNL-
- 62 Atelier André Masméjan (Genève). 1970. « Parti radical, Jeunes de notre pays, votre avenir est en jeu, La Suisse de M. Schwarzenbach, isolée, rétrécie, est sans avenir pour vous, Allez voter et faites voter vos aînés, Non, les 5, 6, 7 juin. » Pp. -BPUGE-. [S.I.] : Parti radical suisse.
- 63 Il est cependant relativement difficile de savoir si ce manque de lisibilité est dû à la qualité de la reproduction ou s'il existait de manière identique sur l'affiche d'origine. Nous penchons cependant plutôt en faveur de la seconde hypothèse.
- 64 Anonyme, 1974. « L'action nationale ne propose pas seulement d'expulser 500 000 ouvriers étrangers, elle propose aussi : moins d'argent pour, Hôpital, École, HLM, AVS, Augmentation des heures de travail, blocage des salaires, et les travailleurs ?, Stop à l'action nationale à l'exploitation, Unité de tous les travailleurs ! » Pp. -BPUGE-. Genève : Groupe Pâquis.
- 65 Anonyme, 1976. « Prolétaires de tous les pays unissez-vous, Contre l'initiative Schwarzenbach, La réponse ouvrière c'est la lutte pour l'abolition du statut des saisonniers, la sécurité sociale pour tous les travailleurs, des logements pour tous et la ville aux travailleurs » Pp. -BPUGE-
- 66 Steinauer et von Allmen, 2001.
- 67 Steinauer et von Allmen, *ibid.*
- 68 Castelnuovo-Frigessi *et al.*, 1978.
- 69 *Nationale Aktion gegen Überfremdung von Volk und Heimat.*
- 70 Windisch, 2002.
- 71 Buomberger, 2004.
- 72 Maiolino, 2013.
- 73 *Volksbegehren gegen die Überfremdung, Ja für die Schweiz*, Initiativkomitee, Steinwiesstrasse 5, 8032 Zürich. 1970.
- 74 L'affiche utilise ici, de manière relativement surprenante, un terme que l'on emploie généralement pour parler des instruments de la démocratie directe allemande. En Suisse, le terme *Volksinitiative* est plus fréquemment utilisé pour définir ce terme..
- 75 Windisch, 2002, p. 56.
- 76 Leffel. 1970. « Initiative Schwarzenbach Votiez non ». [S.I.] : [s.n.] – (*Museum für Gestaltung Zürich, Plakatsammlung*, © ZHdK).
- 77 Pour une description détaillée de cette affiche, veuillez consulter le chapitre 4.3.1 de cet ouvrage.
- 78 Steinauer et von Allmen, 2000.
- 79 Castelnuovo-Frigessi *et al.*, 1978, p. 36.
- 80 Plusieurs des affiches mentionnées ici sont présentées en détail dans la section 4.3.2 de cet ouvrage.
- 81 Parti proche de la mouvance communiste fondé en 1970 et principalement implanté dans les cantons alémaniques, disparu au début des années 1990 : Bernard Degen, « Organisations progressistes (POCH) », *Dictionnaire historique de la Suisse* [<http://www.hls-dhs-dss.ch>], (décembre) 2009, (consulté le 16 mai 2010).
- 82 Arlettaz et Arlettaz, 1998, p. 138.
- 83 Udris, Imhof, et Ettinger, 2009

- 84 Il est également intéressant de noter ici qu'apparaît pour la première fois dans le cadre d'une affiche la notion de *Missbrauch* (abus), notion appelée à devenir centrale dans les discours politiques sur l'asile dans les décennies à venir.
- 85 Une affiche du Syndicat du bâtiment et du bois (FOBB) indique notamment « Ils bâtissent pour vous. Vous voterez pour eux. » [Figure 40, p. 124]
- 86 Castells, cité dans Sanchez-Mazas, 2004, p. 203.
- 87 Van Leeuwen et Wodak, 1999, p. 84.
- 88 Gingrich et Banks, 2006, p. 27.
- 89 Arlettaz et Arlettaz, 1998.
- 90 Les deux affiches fonctionnant sur la même construction rhétorique, nous n'analyserons plus en détail que l'affiche comportant le logo vert « SVP » (« UDC »).
- 91 Pour plus de détails sur cette notion, consulter le chapitre « Une nouvelle esthétique du péril migratoire en Suisse » de cet ouvrage.
- 92 Cf. les affiches de 1983 et 1934 exploitant la figure du pied dans la porte (chapitre 5.4) et l'affiche du Parti démocrate zurichois de 1966 dont la construction visuelle est pratiquement semblable à celle de l'UDC en 1999 (chapitre 6.3).
- 93 Duez, 2008, pp. 12-17.
- 94 Duez, 2008.
- 95 Gingrich et Banks, 2006, p. 20.
- 96 Christoph Blocher est alors le ministre du Département fédéral de justice et police en charge des questions de migration au sein de l'administration fédérale.
- 97 UDC, 2012.
- 98 Hansen et King, 2000, p. 400.
- 99 Afonso, 2004, p. 157.
- 100 Flores, 2003, p. 381.
- 101 Van Dijk, 1997, p. 47.
- 102 Gibney, 2005, p. 3.
- 103 Skenderovic et D'Amato, 2008.
- 104 Duez, 2008, p. 12.
- 105 Duez, 2005 et 2008.
- 106 Afonso, 2004, p. 158.
- 107 Lynn et Lea, 2003, p. 426.
- 108 Matard-Bonucci, 2006b, p. 1099.
- 109 Geden, 2006, p. 97.
- 110 Statham, 2003.
- 111 Duez, 2005.
- 112 Gibney, 2005, p. 6.
- 113 Lubbers, 2001.
- 114 Foulkes, 2014.
- 115 Eddy, 2014.
- 116 Wodak, 2013.
- 117 Wessendorf, 2008.
- 118 Grillo, 2005.
- 119 Lavanchy, 2014.
- 120 Schneider, 2001.
- 121 Achermann *et al.* 2010.
- 122 Stark, 2014.
- 123 Wessendorf, 2008, p. 187.
- 124 À ce sujet, voir également le focus rédigé par Bashkim Iseni.
- 125 Wessendorf, 2005.





# Conclusion



Cet ouvrage avait pour but de retracer le processus de construction de l'image des étrangers dans le paysage politique helvétique de ces soixante dernières années et d'identifier les différentes formes prises par celle-ci au cours du temps et de ses contextes d'occurrence. A priori, ce programme de recherche nous semblait simple et clairement défini. Mais au fil de la rédaction de ce travail, il s'est finalement révélé que ce programme comportait des ramifications et des implications que nous étions loin d'avoir soupçonnées. Établir une analyse des discours visuels sur l'immigration implique effectivement de jouer sur un nombre important de registres. Parcourir plus de soixante ans de l'histoire politique suisse nécessite d'avoir des connaissances historiographiques de ce domaine, l'analyse de contenus de communication ne peut se faire sans disposer d'outils de décryptage appropriés et la remise en perspective de ces résultats n'a de sens que s'ils sont placés dans une compréhension sociale et politique globale. Ce projet s'est donc révélé devoir dépasser les clivages méthodologiques et théoriques habituels et poursuivre, dans la lignée des travaux de Mitchell, une pratique dé-disciplinaire.

On a retracé ainsi les prémices d'une politisation à l'échelle de la politique nationale du pays et à la mise en place aux premières phases de diffusion de la rhétorique de l'*Überfremdung*. Une attention particulière a été portée à une figure emblématique de l'histoire migratoire suisse, celle de l'immigré italien. En retraçant le parcours et l'évolution de l'image d'une population étrangère présente de longue date et extrêmement répandue en Suisse, cette partie de la publication permet de mettre le doigt sur le cheminement symbolique qu'une population étrangère particulière peut parcourir au cours d'une vingtaine d'années. Elle examine également les premières années de la repolitisation de la notion d'*Überfremdung* dans le contexte de la Suisse moderne. Si la haine que suscitaient les Italiens durant la période des Trente Glorieuses ne transparaît que de manière très diluée dans les affiches analysées, cette contribution met cependant le doigt sur la manière dont un groupe perçu comme le symbole absolu de l'altérité et une menace sévère pour le concept de la suissitude peut, en deux décennies, se transformer en une figure consensuelle largement acceptée. Une catégorie d'étrangers exclue symboliquement et formellement, socialement et picturalement ségréguée, devient ainsi, avec le temps, l'emblème d'une population étrangère parfaitement intégrée, perçue comme faisant partie intégrante du narratif et de l'identité nationale, et passe du statut de bouc émissaire à celui de faire-valoir. Lorsque, en 2004, l'idée d'un assouplissement des conditions d'accès à la citoyenneté pour les étrangers de deuxième et troisième génération – dont une part importante est

composée de ressortissants italiens – fut proposée, les opposants à cette révision de la loi sur la nationalité ne mirent jamais directement en scène des étrangers d'origine italienne, mais utilisèrent systématiquement de nouvelles figures de l'altérité telles que des mains brunes et noires ou le visage de l'ancien chef d'Al-Qaïda, Oussama ben Laden. Le décalage sémantique entre la représentation symbolique des étrangers concernés par les révisions et les individus qui auraient réellement pu bénéficier de cet assouplissement des conditions de naturalisation est ici flagrant et témoigne bien de la manière dont les Italiens ne peuvent aujourd'hui plus servir de trame picturale pour symboliser la menace dans le cadre d'un narratif de défense de l'identité nationale helvétique.

L'accent a ensuite été mis sur la période la plus récente de la politisation de la question étrangère et se focalisent sur les productions visuelles des organisations partisans depuis le tournant des années 1980.

On a par la suite analysé l'émergence de nouvelles figures de la menace dans les discours visuels sur l'immigration et sur l'apparition d'une nouvelle esthétique du péril migratoire qui s'avère très importante dans le cadre de cette partie conclusive de notre travail. Il souligne notamment le rôle de l'UDC dans la diffusion de ces stéréotypes et la tendance marquée vers un durcissement de la rhétorique anti-immigration en Suisse, ainsi que la diffusion de plus en plus répandue de ces images et idées.

À l'inverse, nous nous sommes également focalisée sur les types de représentations mises en place dans une stratégie discursive de défense des étrangers et sur leur apport au sein de leur société d'accueil. Il dépeint une vision inclusive de l'identité nationale au sein de laquelle la migration est partie intégrante de la réalité sociale du pays et la xénophobie perçue comme une menace pour le destin de la nation. Cette partie de l'ouvrage met également le doigt sur la difficulté pour les acteurs concernés de créer des représentations identitaires non stéréotypées et de communiquer leurs discours en dehors de l'opposition binaire « Suisses vs étrangers ».

Ces différents chapitres nous permettent ainsi de faire ressortir les grandes lignes de la construction de l'identité picturale de l'étranger dans l'affiche politique suisse, grandes lignes que nous souhaiterions reprendre et développer dans les sections suivantes de cette partie conclusive.

## **La production sociale du péril migratoire**

Notre perspective de travail se fonde sur le principe que les images nous offrent un accès privilégié à une compréhension qualitative des motifs de reproduction

et de communication du monde social et politique. Elles permettent aux différents acteurs impliqués dans ce dernier de visualiser leurs opinions, de les transmettre, de les justifier et de délégitimer celles de leurs adversaires. Les constructions picturales ainsi mises en place sont également le lieu de la symbolisation des principes d'exclusion et d'inclusion et du narratif identitaire défendu par les parties impliquées dans le processus de communication.

Les différences sociales soulignées dans le cadre des affiches de campagnes diffusées par les organisations partisans sont ainsi des constructions symboliques visant à fédérer les citoyens autour d'un projet de société défini. L'adhésion des individus à leur programme est essentielle pour ces organisations et nombre d'auteurs s'accordent sur le fait que les combats politiques se mènent avant tout sur le champ symbolique. La mise en scène des objets débattus prime aujourd'hui souvent sur le contenu effectif des textes soumis à l'approbation du peuple. Réussir à symboliser le problème soulevé dans ces interpellations, définir les enjeux saillants qui émergent de cette problématique et convaincre les votants que les représentations mises en avant dans leur communication ne sont pas partiales, mais bien le reflet d'une réalité sociale tangible, constituent le nœud central de l'activité politique. La politique est somme toute le lieu d'un acte théâtral, le site de nombreuses représentations collectives. La capacité à créer du sens autour de ces représentations contribue à l'*agenda-setting*, à la définition des sujets brûlants de l'actualité politique, et dessine ainsi les contours du spectacle électoral. L'affiche est un lieu au sein duquel le social et le politique se réactualisent, se remettent en jeu, se transforment ou se construisent. De nouvelles formes de réalités et de nouveaux types de rapports s'y forment. L'analyse d'affiches est alors avant tout une histoire des mouvements sociaux, les affiches servant d'auxiliaires au système institutionnel mis en place. Par leur communication claire, puissante et précise, elles contribuent ainsi à définir les figures emblématiques autour desquelles les partis s'affrontent.

Dans le contexte de la question des étrangers en Suisse, les affiches jouent un rôle essentiel pour comprendre les représentations de l'altérité et de l'identité défendues par les partis. L'altérité constitue effectivement une notion construite qui permet de placer légitimement un groupe dans une situation d'exclusion.

Lors d'enjeux cruciaux touchant directement la compréhension qu'une nation a d'elle-même, tels que l'octroi de la nationalité ou les droits des étrangers établis dans le pays, ces définitions constituent effectivement le noyau central des débats. En 2004, les citoyens sont appelés à se prononcer sur leur définition des personnes à qui ils souhaitent, ou non, accorder le droit d'accéder à la nationalité suisse. Les affiches alors diffusées dans le cadre de cette

votation marquent la diffusion de représentations que tout oppose. D'un côté, les partisans d'une facilitation des procédures présentent des images d'une Suisse multiple, au sein de laquelle des personnes d'origines diversifiées contribuent à la définition d'une identité suisse inclusive et multiculturelle. De l'autre, les opposants à ces révisions de la loi sur la nationalité construisent le symbole d'une identité sacrifiée et mise en danger par des étrangers menaçants.

Lors de la campagne hautement émotionnelle sur l'initiative de 2009 «Contre la construction des minarets», les débats se focalisent une nouvelle fois sur la compréhension identitaire défendue par les organismes politiques. Les opposants à l'initiative se focalisent ainsi sur la défense d'une société ouverte. Ils présentent le texte du Comité d'Egerkingen comme une entrave à la liberté de religion et comme constituant un danger de glissement du pays vers une dérive totalitaire, alors que pour les initiants, le minaret est constitué comme emblème absolu de l'altérité et d'opposition totale au narratif national. L'affiche de l'UDC datant de 2007 illustre d'ailleurs parfaitement le concept de bricolage identitaire, puisqu'elle présente un photomontage, sorte de patchwork d'éléments variés compris comme autant de symboles typiques de l'identité du pays. Le paysage composite créé pour l'occasion appose des bâtiments ruraux et urbains devant le Cervin, sommet emblématique des Alpes suisses. Ce portrait d'une Suisse traditionnelle fantasmée, «plus vraie que nature», est, suivant la construction rhétorique du message, défigurée par l'imposante mosquée qui trône en son sein. L'étranger, le non-Suisse, est ainsi une nouvelle fois symbolisé comme une menace pour les fondements moraux et identitaires du pays.

Cette nouvelle esthétique du péril migratoire qui se répand de manière de plus en plus prégnante dans le contexte politique de ces dernières années n'est, en fin de compte, que le prolongement d'une tradition de la visualisation de l'étranger en tant que menace. Lorsque l'on parcourt l'histoire du pays, on ne peut effectivement que constater qu'au cours des deux derniers siècles, la notion d'*Überfremdung* a été promue au rang d'élément constitutif du narratif national. Elle est, de notre point de vue, une composante essentielle des récits sur l'identité nationale, tant par sa persistance que par ses différentes modalités d'occurrence. L'histoire du nationalisme helvétique se fonde effectivement sur une attitude défensive, voire offensive envers l'étranger, le progrès, la modernité et l'ouverture au monde. Les récits et les symboles patriotiques témoignent de cet attachement à la défense d'une Suisse rurale et traditionnelle au sein de laquelle l'étranger fait figure d'ennemi culturel, politique et social.

Lors de chacune des crises sociales rencontrées dans le pays, les étrangers sont convoqués comme boucs émissaires pour expliquer les failles de cette représentation idéalisée de la nation. Il y a soixante ans, les Italiens étaient perçus comme une menace contre tous les éléments considérés comme constitutifs de l'identité suisse, de la démocratie aux habitudes culinaires. Aujourd'hui, ils ont été remplacés par les ressortissants des pays des Balkans et de l'Est européen, ainsi que de l'Afrique sub-saharienne, ou par les personnes de confession musulmane. Les narratifs visuels et discursifs restent effectivement les mêmes ; seuls les protagonistes changent.

Les appels à la peur, la criminalisation sont aujourd'hui très fréquents dans les discours sur l'immigration. L'ancrage de ces représentations symboliques dans les consciences collectives contribue à la mise à l'écart, à l'exclusion des étrangers « indésirables », au développement d'une Suisse et d'une Europe forteresse et à la mise en place d'une législation durcissant les conditions d'accès et les droits des immigrés. Exaltant l'idée d'une protection nécessaire de cet idéal face au péril de l'immigration, les partis prônant la fermeture des frontières et la restriction des droits des étrangers diffusent une communication visuelle fondée sur les mythes et les allégories nationales, forme de mythologie sécularisée qui vient conférer aux membres des sociétés modernes un sentiment d'appartenance communautaire. Cette production sociale du péril migratoire, parfois créée, parfois simplement entretenue par les constructions visuelles de la communication politique, joue effectivement un rôle fondamental dans le maintien d'une certaine identité suisse.

## **Une conjoncture doublement favorable**

Ces figures de l'étranger comme menace ont ainsi toujours été constitutives du discours nationaliste en Suisse et ailleurs. Les représentations convoquées correspondent, de manière générale, à des narratifs ancrés dans la conscience collective de nombreux citoyens et font bien souvent écho à une volonté d'identification forte à un groupe social donné. Si cette réalité se révèle être valable pour chacune des périodes de la Suisse moderne, il est néanmoins important de souligner que l'impact actuel des discours anti-immigration est d'une portée relativement rare. La diffusion de cette nouvelle esthétique du péril migratoire est effectivement confortée par une conjoncture sociale et politique doublement favorable.

Le contexte socio-politique actuel s'avère, en premier lieu, particulièrement propice à la diffusion de ce type de narratif. L'évolution sociétale tend ainsi vers une revitalisation de la politique identitaire ; tant en Suisse qu'ailleurs

dans le monde, les questions de l'immigration et de l'identité nationale constituent, à nouveau, des thèmes majeurs de la politique. Devant le déclin continu de l'idée de nation en tant que forme d'organisation politique et la place grandissante des postulats ethno-nationalistes, on ne peut que constater la normalisation grandissante des discours xénophobes et le retour d'une forme de racisme souvent plutôt fondée sur des critères culturels que raciaux. L'ethnicisation des nationalismes et le renforcement des forces idéologiques nationales sécuritaires s'imposent à mesure que les courants humaniste et asilaire déclinent.

Les phénomènes de globalisation et de mondialisation s'accompagnent ainsi d'un retour massif de la politique identitaire et d'une réaffirmation agressive des appartenances nationales. Face à cette reconfiguration de l'espace social, certains acteurs ressentent alors le besoin de renforcer l'identité suisse et la prétendue singularité du pays. D'un point de vue idéologique et rhétorique, cette singularité repose notamment sur le maintien d'une identité traditionnelle et des conceptions mythiques qui lui sont liées. Cette perspective est souvent dirigée dans un but de fermeture et de retour à une authenticité nationale supposée. Le mythe du peuple homogène continue ainsi d'influencer l'histoire du pays et les représentations médiatiques qui y sont présentées.

Cette résurgence d'une idéologie de défense de la singularité ethno-culturaliste de la nation s'accompagne, sur le plan pictural, d'une réutilisation des codes conservateurs et d'une nouvelle forme d'utilisation de la violence symbolique dans la propagande visuelle de certains partis. Les affiches produites au cours des vingt dernières années par l'UDC ne sont ainsi pas sans rappeler l'esthétique de celles de Fontanet ou Plattner. Le Cervin, l'armailli ou le drapeau national sont omniprésents dans les productions visuelles des partis conservateurs. Et l'étranger y est souvent mis en scène menaçant ou profanant ces sacro-saints symboles. Le retour en arrière est donc bien à la fois esthétique et idéologique.

Le contexte politico-médiatique actuel contribue également à faciliter la diffusion de ces figures du péril migratoire. Le concept de campagne politique permanente imprègne le fonctionnement de la sphère politique contemporaine. Les compétences, l'habileté communicationnelle et la performance médiatiques sont devenues des enjeux essentiels des succès électoraux. Dans une perspective de médiatisation grandissante et de focalisation de plus en plus prégnante sur l'efficacité de la transmission des messages, le contenu de la communication tend à se simplifier et on assiste à une forme d'appauvrissement idéologique des débats.

La professionnalisation de la conduite et de la mise en place des campagnes contribue à accentuer cette focalisation grandissante sur l'efficacité de la transmission et non sur la qualité de leur contenu. Dans ce contexte, l'acteur

qui saura trouver la manière de rendre compréhensible pour le plus grand nombre un problème politique risque bien de convaincre le public de la validité de ses arguments. Le succès sans précédent des initiatives anti-étrangers au cours des quinze dernières années tient ainsi également dans la capacité des partis populistes de créer et diffuser, massivement et efficacement, des figures symboliques suscitant des réactions immédiates et émotionnelles chez les votants.

## **Les stéréotypes : figures imposées de la communication politique ?**

La construction d'une image politique capable de fédérer les citoyens autour d'un programme ou d'une action spécifique se fonde sur la maîtrise d'un langage composé d'une grammaire et d'un vocabulaire qui lui sont propres. Cette grammaire et ce vocabulaire impliquent le respect de certaines règles bien établies et imposent le recours à certaines formulations essentielles.

Les mythes et les stéréotypes en font partie. Le mythe participe d'une capacité mobilisatrice importante et s'avère moins doctrinal que l'idéologie. Il transcende celle-ci, tant dans la pensée que dans l'action. Il n'existe aucune fixité dans les concepts mythiques et ceux-ci, comme le démontrent parfaitement les mythes nationaux, sont corvéables à merci et peuvent être convoqués dans des contextes énonciatifs extrêmement diversifiés. Le mythe est une force sociale qui va au-delà du message véhiculé.

Les stéréotypes fonctionnent selon le même principe. Ils se détachent ainsi parfois de tout contenu signifiant clairement défini et peuvent prendre des significations multiples au gré de leur contexte d'émergence. Le stéréotype devient alors tout simplement un signe, une trace, une accroche visuelle qui facilite la transmission et la compréhension du message. Il garde cependant intrinsèquement sa fonction de maintien d'un certain ordre social et d'établissement d'une frontière symbolique entre différentes catégories de personnes.

Ces formes sémantiques sont ainsi parties prenantes de la communication politique et, plus encore, des discours visuels en la matière. La difficulté de communiquer en dehors de ces schémas est manifeste et rend la diffusion d'une rhétorique de la diversité et de l'ouverture des frontières ardue. Les discours anti-étrangers et pro-étrangers se construisent ainsi fréquemment sur des catégories sémantiques communes et l'utilisation des stéréotypes identitaires et culturalistes – et cela est valable tant pour les autostéréotypes que pour les xénostéréotypes – est présente dans tous les types de productions visuelles, quelle que soit l'orientation idéologique de leur émetteur. La diffusion

et la normalisation de la rhétorique visuelle du péril migratoire se voient ainsi aussi facilitées par la difficulté de ses contradicteurs à développer une rhétorique d'opposition disposant de ses propres vocabulaires et codes symboliques.

L'inadéquation d'un discours nuancé mettant en scène des figures non stéréotypiques avec la forme et le fonctionnement de la communication politique empêche ainsi certainement les défenseurs d'une Suisse ouverte de prendre le dessus sur leurs opposants et d'imposer leur propre agenda. En écho au *Populist Zeitgeist* désigné par Mudde, les discours sur l'immigration sont de plus en plus saturés de stéréotypes, stéréotypes qui se trouvent à la fois renforcés par ceux-ci et qui les nourrissent en retour. La vision de l'étranger comme menace se diffuse dans des sphères plus larges de la réalité sociale et les discours visuels du péril migratoire obtiennent une visibilité grandissante. Les affiches contribuent à ancrer ces images dans les consciences collectives et les schémas sortant de cette perspective deviennent de plus en plus difficiles à cerner.

Si ce n'est quelques initiatives mineures, rien ne laisse présager que ce motif de la construction picturale de l'étranger se modifiera et que les représentations majoritaires s'atténueront. Les contextes politique, culturel et social actuels sont effectivement propices à l'entretien de telles figures et à leur dissémination. La Suisse calme et consensuelle telle qu'elle est souvent perçue se montre ainsi sous son côté sombre, conflictuel et violent, terreau propice à une imagerie de l'altérité d'une violence symbolique extrême. ●



Achermann Alberto, Achermann Christin, D'Amato Gianni, Kamm Martina et Barbara Von Rütte (2010), « Report on Switzerland », in *Eudo Citizenship Observatory*, Badia Fiesolana : European University Institute, pp. 1-32.

Afonso Alexandre (2004), « Immigration and Its Impacts in Switzerland », *Mediterranean Quarterly*, vol. 15, n° 4, pp. 147-166.

Altermatt Urs (1980), « Xenophobie und Superpatriotismus: die populistische Anti-Überfremdungsbewegung in der Schweiz der sechziger und siebziger Jahre », *Jahrbuch für Zeitgeschichte*, pp. 167-193.

Anderson Benedict (1991), *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*, London: Verso.

Arlettaz Gérald (2004), *La Suisse et les étrangers*, Lausanne: Antipodes.

Arlettaz Silvia et Gérald Arlettaz (1998), « Les initiatives populaires

liées à l'immigration et à la présence étrangères », in Silvia Arlettaz (éd), *La Constitution fédérale en chantier: commentaires et inventaires des sources de l'histoire de la Constitution fédérale 1848-1998*, Bern: Schweizerisches Bundesarchiv, pp. 89-140.

Arnold Judith (2007), « Das Schweizer Abstimmungsplakat. Quantitative Inhaltsanalyse eidgenössischer Abstimmungsplakate von 1891 bis 1990 », [<http://www.arsrhetorica.ch/Abstimmungsplakate-01.htm>], consulté le 10 avril 2010.

Aulich James et Marta Sylvestrova (2000), *Political Posters in Central and Eastern Europe 1945-1995: Signs of the Times*, Manchester: Manchester University Press.

Baberowski Jörg (2008), « Selbstbilder und Fremdbilder: Repäsentation sozialer Ordnungen im Wandel » in Jörg Baberowski, Hartmut

Kaelble et Jürgen Schriewer (éds), *Selbstbilder und Fremdbilder: Repäsentation sozialer Ordnungen im Wandel*, Frankfurt: Campus Verlag, pp. 9-13.

Baker Steve (1990), « Describing Images of the National Self: Popular Accounts of the Construction of Pictorial Identity in the First World War Poster », *Oxford Art Journal*, vol. 13, pp. 24-30.

Barthes Roland (1957), *Mythologies*, Paris: Éditions du Seuil.

Barthes Roland (1964), « Rhétorique de l'image », *Communication*, vol. 4, pp. 40-51.

Berezin Mabel (1997), « Politics and Culture: A Less Fissured Terrain », *Annual Review of Sociology*, vol. 23, pp. 361-383.

Berger Peter Ludwig, Thomas Luckmann et Pierre Taminiaux ([1966] 1986), *La construction sociale de la réalité*, Paris: Méridiens Klincksieck.

Böhme Gernot (1999), *Theorie des Bildes*. München: Fink.

Bonnell Victoria E. (1999), *Iconography of power:*

# BIBLIO- GRAPHIE

Soviet political posters under Lenin and Stalin, Berkeley: University of California Press.

Boutaud Jean-Jacques (1998), *Sémiotique et communication : du signe au sens*, Paris [etc.]: L'Harmattan.

Bowler Anne (1991), «Politics as Art: Italian Futurism and Fascism», *Theory and Society*, vol. 20; n° 6, pp. 763-794.

Brunet François (2005), «Théorie et politique des images: W.J.T Mitchell et les études de visual culture», *Études anglaises*, vol. 1, n° 58, pp. 82-93.

Buomberger Thomas (2004), *Kampf gegen unerwünschte Fremde: von James Schwarzenbach bis Christoph Blocher*, Zürich: Orell Füssli.

Burer Catherine (1990), «L'avenir dans les affiches suisses (1919-1939)», *Matériaux pour l'histoire de notre temps*, vol. 21, n° 1, pp. 70-74.

Burke Peter (2001), *Eyewitnessing: the uses of images as historical evidence. Picturing history*, London: Reaktion Books.

Buton Philippe (2006), «Affiche politique», in Laurent Gervereau (dir.), *Dictionnaire mondial*

*des images*, Paris: Nouveau Monde.

Capt Vincent (2010), «Stratégies communicatives du discours nationaliste dans le genre de l'affiche politique (un cas helvétique)», in Thilloy Komur et Agnès Celle (éds.), *Le Discours du nationalisme en Europe*, Paris: L'Improviste, pp. 275-288.

Castelnuovo-Frigessi Delia, Coen Lorette, Delaloye Gérard et Jean Ziegler (éds) (1978), *La condition immigrée: les ouvriers italiens en Suisse. La parole au peuple*. Lausanne: Éditions d'En bas.

Champagne Patrick (1991), «La construction médiatique des "malaises sociaux"», *Actes de la recherche en sciences sociales*, pp. 64-76.

Charlot Monica (1970), *La persuasion politique*, Paris: Armand Colin.

Chateau Dominique (1997), *Le bouclier d'Achille: théorie de l'iconicité. Champs visuels*, Paris, Montréal: L'Harmattan.

Clavien Alain (1993), *Les helvétistes: intellectuels et politique en Suisse romande au début du siècle*, Lausanne: Université de Lausanne.

d'Almeida Fabrice (2006), «Identité. Les symboles nationaux», in Laurent Gervereau, *Dictionnaire mondial des images*, Paris: Nouveau Monde.

D'Amato Gianni (2011), «The case of Switzerland», in Giovanna Zincone, Rinus Penninx et Maren Borkert, *Migration Policymaking in Europe The Dynamics of Actors and Contexts in Past and Present*, Amsterdam: Amsterdam University Press, pp. 165-194.

Debord Guy (1967), *La société du spectacle*, Paris: Buchet/Chastel.

Demarmels Sascha (2009), *Ja. Nein. Schweiz. Schweizer Abstimmungsplakate im 20. Jahrhundert*, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH. Diss Univ Zürich, 2007 – Ref: Harald Burger; Korref: Ulla Kleinberger.

Duez Denis (2005), «Immigration clandestine et sécurité dans l'Union européenne: la sécurité intérieure européenne à l'épreuve des théories de Michel Foucault?», in Alain Beaulieu, *Michel Foucault et le contrôle social*, Québec: Presses de l'Université Laval, pp. 3-33.

Duez Denis (2008), *L'Union européenne et l'immigration clandestine: de la sécurité intérieure à la construction*

de la communauté politique, Bruxelles : Éditions de l'Université de Bruxelles.

Ebel Marianne et Pierre Fiala (1983), *Sous le consensus, la xénophobie : paroles, arguments, contextes : (1961-1981)*, Lausanne : Institut de science politique.

Eco Umberto et Uccio Esposito-Torrigiani (éds.) (1972), *La structure absente : introduction à la recherche sémiotique*, Paris : Mercure de France.

Eddy Melissa, « Swiss Voters Narrowly Approve Curbs on Immigration », in *NY Times* [[http://www.nytimes.com/2014/02/10/world/europe/swiss-voters-narrowly-approve-curbs-on-immigration.html?hp&\\_r=1](http://www.nytimes.com/2014/02/10/world/europe/swiss-voters-narrowly-approve-curbs-on-immigration.html?hp&_r=1)], consulté le 28 juin 2014.

Edelman Jacob (1995), *From art to politics*, Chicago : University of Chicago Press.

Elkins James (2003), *Visual Studies. A Skeptical Introduction*, London, New York : Routledge.

Ellul Jacques (1961 [1990]), *Propagandes*, Paris : Economica.

Enel Françoise (1971), *L'Affiche : fonctions, langage, rhétorique*, Tours : Mame.

Farrell David M. (2006), *Do political campaigns matter? : campaign effects in elections and referendums*, London : Routledge.

Fiala Pierre (1984), « Le consensus patriotique, face cachée de la xénophobie », *Mots. Les langages du politique*, vol. 8, n° 1, pp. 17-41.

Flacke Monika (2004), *Mythen der Nationen : 1945 – Arena der Erinnerungen*, Mainz am Rhein : Verlag Philipp von Zabern.

Fleckner Uwe, Martin Warnke et Hendrik Ziegler (2011), *Handbuch der politischen Ikonographie*. München : C.H. Beck.

Flores Lisa A. (2003), « Constructing Rhetorical Borders : Peons, Illegal Aliens, and Competing Narrative of Immigration », *Critical Studies in Media and Communication*, vol. 20, n° 4, pp. 362-387.

Forchtner Bernhard, Michal Krzyzanowski et Ruth Wodak (2013), « Mediatisation, right-wing populism and political campaigning », in *Media Talk and Political Elections in Europe and America*, edited by Andrew Tolson et Mats Ekström, pp. 205-228. Basingstoke [etc.] : Palgrave/MacMillan.

Foucault Michel (1975), *Surveiller et punir : naissance de la prison*, Paris : Gallimard.

Foulkes Imogen (2014), « Swiss immigration : 50.3 % back quotas, final results show », [<http://www.bbc.com/news/world-europe-26108597>], consulté le 28 avril 2014.

Fresnault-Deruelle Pierre (1997), *L'image placardée : pragmatique et rhétorique de l'affiche*, Paris : Nathan.

Garufo Francesco et Christelle Maire (2013), *L'étranger à l'affiche*, Neuchâtel : Éditions Alphil.

Geden Oliver (2006), *Diskursstrategien im Rechtspopulismus : Freiheitliche Partei Oesterreichs und Schweizerische Volkspartei zwischen Opposition und Regierungsbeteiligung*, Wiesbaden : VS Verlag.

Geertz Clifford (1973), *The interpretation of cultures : selected essays*, New York : Basic Books.

Gervereau Laurent (2006), *Dictionnaire mondial des images*. Paris : Nouveau Monde.

Gibney Matthew J. (2005), « Beyond the bounds of responsibility : western states and measures to prevent the arrival of refugees », *Global*

*Migration Perspectives*,  
n° 22, pp. 2-23.

Gilland Lutz Karin  
et Lionel Marquis (2006),  
«Campaigning in a Direct  
Democracy: Three Case  
Studies», *Swiss Political  
Science Review*, n° 12,  
vol. 3, pp. 63-81.

Gingrich André  
et Marcus Banks (2006),  
*Neo-nationalism in Europe  
and beyond: perspectives  
from social anthropology*,  
New York: Berghahn Books.

Giroud Jean-Charles  
(2001), *Les artistes suisses  
et l'affiche: un siècle  
de fascination et de  
confrontation*, Neuchâtel:  
Association des Amis  
de l'affiche suisse.

Giroud Jean-Charles  
(2005), *Les images  
d'un rêve: deux siècles  
d'affiches patriotiques  
suisses*, Genève: P. Cramer.

Giroud Jean-Charles (2006),  
*L'Art Nouveau et l'affiche  
suisse*, Genève: P. Cramer.

Goldberg David (1993),  
*Racist culture*, Cambridge  
Mass: Blackwell.

Gombrich Ernst Hans  
Josef (1996), *L'art  
et l'illusion: psychologie  
de la représentation  
picturale*, Paris: Gallimard.

Gourévitch Jean-Paul  
(1980), *L'imagerie politique*,  
Paris: Flammarion.

Gourévitch Jean-Paul  
(1986), *La politique  
et ses images*, Paris: Edilig.

Gourévitch Jean-Paul  
(1998), *L'image en politique:  
de Luther à internet  
et de l'affiche au clip*, Paris:  
Hachette Littératures.

Grillo Ralph (2005),  
«Working Paper n°14»,  
Center on Migration,  
Policy and Society  
COMPAS: University  
of Oxford.

Guillemin Alain *et al.*  
(1991), *La politique  
s'affiche*, Paris;  
Aix-en-Provence:  
Didier Érudition;  
Presses de l'Université.

Gunthert André (2001),  
«L'ordre des images,  
Culture visuelle et  
propagande en Allemagne  
nazie», *Vingtième  
Siècle – Revue d'histoire*,  
n° 72, vol. 1, pp. 53-62.

Hall Stuart (1997a),  
«Representation: cultural  
representations and  
signifying practices»,  
London: Sage Publications.

Hall Stuart (1997b),  
«The spectacle of the  
«other». Representation:  
cultural representations  
and signifying practices»,  
London [etc.]; Milton  
Keynes: Sage; The Open  
University.

Hall Stuart et Juha Koivisto  
(2004), *Ideologie, Identität*,

*Repräsentation,  
Ausgewählte Schriften*,  
Hamburg: Argument  
Verlag.

Halter Ernst (2003),  
*Der Jahrhundert  
der Italiener in  
der Schweiz*, Zürich:  
Offizin Verlag.

Hansen Randall  
et Desmond King (2000),  
«Illiberalism and the  
New Politics of Asylum:  
Liberalism's Dark Side»,  
*The Political Quarterly*, n° 7,  
vol.4, pp. 396-403.

Hess Stefan (2013),  
«Italienerkrawall»,  
[[http://www.hls-  
dhs-dss.ch/textes/f/  
F16531.php](http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/f/F16531.php)], consulté  
le 12 mai 2014.

Hobsbawn Eric (2006),  
«L'invention  
de la tradition»,  
Paris: Éd. Amsterdam.

Hofmann Wilhelm (2004),  
«Die politische Kultur  
des Auges. Der pictorial  
turn als Aspekt des cultural  
turn in der Politik-  
wissenschaft»,  
in Birgit Schwelling (éd.),  
*Politikwissenschaft  
als Kulturwissenschaft*,  
Wiesbaden: VS Verlag  
für Sozialwissenschaften,  
pp. 309-344.

Hunt Lynn et Aletta  
Biersack (1989),  
«The New Cultural  
History», University  
of California Press.

Kamps Johannes (1999), *Plakat, Grundlagen der Medienkommunikation*, Tübingen : Niemeyer.

Kofler Andrea et Lilian Fankhauser (2009), *Femmes en migration. L'image des migrantes dans la perception de l'opinion publique et de la recherche actuelle*. Berne : Commission fédérale pour les questions de migration CFM (Documentation sur la politique de migration).

Kress Gunther et Theo van Leeuwen (2006), *Reading images : the grammar of visual design*, London [etc.] : Routledge.

Kury Patrick (2008), « Der Überfremdungsdiskurs im 20. Jahrhundert. Auf der Suche nach dem "Fremden" und dem "Selbst" », *terra cognita*, vol. 13, pp. 24-27.

Lafont-Couturier Hélène (2006), « Immigré, migrant. Les représentations de l'immigrant », in Laurent Gervereau, *Dictionnaire mondial des images*, Paris : Nouveau Monde.

Lasserre André (1993), « La politique de l'asile en Suisse de 1933 à 1945 », *Relations internationales*, vol. 74, pp. 207-224.

Lavanchy Anne (2014), « How does "race" matter

in Switzerland ? », *Working Papers MAPS*, vol. 7.

Lubbers Ruud (2001), « UNHCR Head Condemns Politicization Of Issue », [[http://www.unwire.org/unwire/20010619/15406\\_story.asp](http://www.unwire.org/unwire/20010619/15406_story.asp)], consulté le 25 novembre 2010.

Lynn Nick et Susan Lea (2003), « A Phantom Menace and the New Apartheid : The Social Construction of Asylum-Seekers in the United Kingdom », *Discourse & Society*, vol. 14, n° 4, pp. 425-452.

Maire Christelle (2009), « De la "défense nationale spirituelle" à l'accueil de réfugiés : le visage de l'étranger dans le cinéma de Leopold Lindtberg », *Décadrages*, vol. 14, pp. 13-27.

Maire Christelle (2013), « Mise en image de l'altérité : les affiches politiques des votations sur l'immigration en Suisse », *FORUM*, vol. 8, pp. 109-111.

Maire Christelle (2020), « Visualizing Migration as a Threat : A New Migratory Peril Aesthetics in Switzerland », in Fabian Virchow (éd.), *The Far Right and Visual Politics*, Wiesbaden : Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Maire Christelle et Francesco Garufo (2019), « Culturalisation of Gender : when Ivan meets Maria », in Damir Skenderovic et Barbara Luthi (éds), *Changing Landscapes : Switzerland and Migration*, Basingstoke : Palgrave Macmillan.

Marchal Guy (2006), *Schweizer Gebrauchsgeschichte : Geschichtsbilder, Mythenbildung und nationale Identität*, Basel : Schwabe.

Marchal Guy et Aram Mattioli (1992), « Erfundene Schweiz : Konstruktionen nationaler Identität », Zürich : Chronos.

Marková Ivana (2007), « Dialogicité et représentations sociales, Psychologie sociale », Paris : Presses universitaires de France.

Marquis Lionel (2006), « La formation de l'opinion publique en démocratie directe : les référendums sur la politique extérieure suisse 1981-1995 », Zürich : Seismo.

Matard-Bonucci Marie-Anne (2001), « L'image, figure majeure du discours antisémite », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, vol. 72, n° 1, pp. 27-40.

Matard-Bonucci Marie-Anne (2006), « Antisemitisme », in Laurent Gervereau, *Dictionnaire mondial des images*, Paris : Nouveau Monde.

Matard-Bonucci Marie-Anne (2006b), « Xénophobie, racisme en Occident », in Laurent Gervereau, *Dictionnaire mondial des images*, Paris : Nouveau Monde.

Mattioli Aram (1998), *Antisemitismus in der Schweiz, 1848 - 1960*, Zürich : Orell Füssli.

McLuhan Marshall (1964), *Understanding Media : The Extensions of Man*, New York : McGraw-Hill.

Meylan Jean, Philippe Maillard et Michèle Schenk (1977), *Aux urnes citoyens ! : 75 ans de votations fédérales par l'affiche*, Prilly-Lausanne : A. Eiselé.

Mirzoeff Nicholas (1999), *An Introduction to Visual Culture*, London, New York : Routledge.

Misteli Roland et Andreas Gisler (1999), « Überfremdung. Karriere und Diffusion eines fremdenfeindlichen Deutungsmusters », in Kurt Imhof (éd.), *Vom kalten Krieg zur Kulturrevolution : Analyse von Medienereignissen*

*in der Schweiz der 50er und 60er Jahre*, Zürich : Seismo Verlag.

Mitchell W. J. T (2009), *Iconologie : image, texte, idéologie*, Paris : Les Prairies ordinaires.

Mitchell W. J. T (2012), *Seeing Through Race*, Cambridge, London : Harvard University Press.

Moles Abraham (1970), *L'affiche dans la société urbaine*, Paris : Dunod.

Morin Edgar (1969), *La rumeur d'Orléans*, Paris : Seuil.

Müller Marion G. (2004), « Politologie und Ikonologie. Visuelle Interpretation als politologisches Verfahren », in Birgit Schwelling (éd.), *Politikwissenschaft als Kulturwissenschaft : Theorien, Methoden, Problemstellungen*, Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, pp. 335-350.

Newman Bruce I. (1999), *The mass marketing of politics : democracy in an age of manufactured images*, London : SAGE Publications.

Noiriel Gérard (2007), *À quoi sert l'« identité nationale » ?*, Marseille ; [Saint-Denis] : Agone ; CVUH – Comité

de vigilance face aux usages publics de l'histoire.

Orgad Shani (2012), *Media representation and the global imagination*, Cambridge : Polity Press.

Ory Pascal (2004), *L'histoire culturelle*, Paris : Presses universitaires de France.

Palidda Salvatore (2009), *Criminalisation and Victimisation of Migrants in Europe*, Università di Genova.

Ramognino Nicole (1992), « Affiches politiques, co-construction, communication. Deux études récentes », *Hermès*, vol. 11-12, pp. 319-326.

Reisigl Martin et Ruth Wodak (2001), *Discourse and discrimination. Rhetoric of Racism and Antisemitism*, London, New York : Routledge.

Riggins Stephen Harold (1997), *The Language and Politics of Exclusion. Others in discours*, Thousand Oaks ; London, New Delhi : SAGE Publications.

Romano Gaetano (1998), « Die Überfremdungsbewegung als "Neue soziale Bewegung". Zur Koommerzialisierung, Oralisierung und Personalisierung

massenmedialer Kommunikation in den 60er Jahren», in Mario König, Georg Kreis, Franziska Meister et Gaetano Romano (éd(s), *Dynamisierung und Umbau. Die Schweiz in den 60er und 70er Jahren*, Zürich: Chronos, pp. 143-159.

Romano Gaetano (1999), «Vom Sonderfall zur Überfremdung: zur Erfolgsgeschichte gemeinschafts-ideologischen Denkens im öffentlichen politischen Diskurs der späten fünfziger und der sechziger Jahre», in Kurt Imhof, Heinz Kleger et Gaetano Romano, *Vom kalten Krieg zur Kulturrevolution: Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der 50er und 60er Jahre*, Zürich: Seismo, pp. 55-93.

Rose Gillian (2003), *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*, London [etc.]: SAGE Publications.

Sanchez-Mazas Margarita, (2004), *Racisme et xénophobie*, Paris: Presses universitaires de France.

Sanchez-Mazas Margarita et Laurent Licata (2004), *L'Autre: Regards psychosociaux*, Presses universitaires de Grenoble (PUG).

Sarrasin Oriane, Nicole Fasel, Eva G.T. Green et Marc Helbling (2015), «When sexual threat cues shape attitudes toward immigrants: the role of insecurity and benevolent sexism», *Frontiers in Psychology*, vol. 6, p. 1033.

Schnapp Jeffrey T. (2005), *Revolutionary tides: the art of the political poster 1914-1989*, Milano; Stanford, Calif: Skira; Irish & B. Gerald.

Schneider Jens (2001), «Talking German: othering strategies in public and everyday discourses» *Gazette – special Issue "Media and Migrants"*, vol. 4, pp. 351-363.

Schultheis Franz, Florian Elliker, Patricia Hodler, Arnaud Frauenfelder et Felix Keller (2008), «Schweizer, Fremde und Eingebürgerte. Diskurse zur Einbürgerungsinitiative», *Terra Cognita*, vol. 13, pp. 50-53.

Schwelling Birgit (2004), *Politikwissenschaft als Kulturwissenschaft: Theorien, Methoden, Problemstellungen*, Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften.

Scott David (2005), «La structure sémiotique de l'allégorie. Analyse peircienne d'une icône nationale: Britannia», *Protée*, vol. 33, pp. 39-48.

Seidel Gill (1984), «Le discours d'exclusion: les mises à distance, le non-droit», *Mots*, vol. 8, pp. 5-16.

Skenderovic Damir (2003), «Constructing boundaries in a multicultural nation: the discourse of "overforeignization" in Switzerland», in Rainer Ohliger, Karen Schönwälder et Triadafilos Triadafilopoulos, *European encounters: migrants, migration and European societies since 1945*, Aldershot [etc.]: Ashgate, pp. 186-209.

Skenderovic Damir (2009), *The radical right in Switzerland: postwar continuity and recent transformations: a study of politics, ideology, and organizations*, New York, Oxford: Berghahn.

Skenderovic Damir et Gianni D'Amato (2008), *Mit dem Fremden politisieren: Rechtspopulistische Parteien und Migrationspolitik in der Schweiz seit den 1960er Jahren*, Zürich: Chronos.

Stark Harrison (2014), «Could Switzerland's Multicultural Soccer Team Make the Country Regret Immigration Quotas?», [[http://www.slate.com/blogs/the\\_spot/2014/05/28/switzerland\\_2014\\_](http://www.slate.com/blogs/the_spot/2014/05/28/switzerland_2014_)

could\_the\_country\_  
s\_multicultural\_soccer\_  
team\_make\_the.html]

Statham Paul (2003),  
«Understanding anti-  
asylum rhetoric: restrictive  
politics or racist publics?»,  
*The Political Quarterly*.

Steinauer Jean et Malik  
von Allmen (2000),  
*Changer la baraque. Les  
immigrés dans les syndicats  
suisses 1945-2000*,  
Lausanne: Éditions  
d'En bas.

Steinauer Jean  
et Malik von Allmen (2001),  
«1970-1980: les syndicats  
entre xénophobie  
et solidarité», *Cahiers  
d'histoire du mouvement  
ouvrier* 17, pp. 77-86.

Stiegler Bernd (2008),  
«Iconic Turn et réflexion  
sociétale», *Trivium* 1.

Sträth Bo (2008),  
«Europe and the Other  
and Europe as the Other»,  
in *Selbstbilder  
und Fremdbilder:  
Repräsentation sozialer  
Ordnungen im Wandel*,  
edited by Jörg Baberowski,  
Hartmut Kaelble  
and Jürgen Schriewer.  
Frankfurt: Campus Verlag.

Taguieff Pierre-André  
(1998), «Populismes  
et anti-populismes:  
le choc des  
argumentations»,  
*Mots, Les langages du  
politique* 55 (1), pp. 5-26.

Tchakhotine Serge (1988),  
«Le symbolisme et la  
propagande politique  
[texte de 1939]»,  
*Hermès* (2), pp. 190-211.

Thalmann Rolf et Benjamin  
Herzog (éds.) (2009), *So  
nicht!: umstrittene Plakate  
in der Schweiz 1883-2009*,  
Baden: Hier + Jetzt.

UDC, Union démocratique  
du centre (2016),  
«Oui à l'initiative populaire  
"pour le renvoi effectif  
des étrangers criminels"  
(initiative de mise en  
œuvre)», [[https://www.  
udc.ch/campagnes/  
aperçu/initiative-  
populaire-c2abpour-le-  
renvoi-effectif-des-  
etrangers-criminels-  
initiative-de-mise-en-  
c593uvrec2bb/  
de-quoi-sagit-il/](https://www.udc.ch/campagnes/aperçu/initiative-populaire-c2abpour-le-renvoi-effectif-des-etrangers-criminels-initiative-de-mise-en-c593uvrec2bb/de-quoi-sagit-il/)].

Udris Linards, Kurt Imhof,  
et Partick Ettinger (2009),  
«New Chances for  
Attracting Attention:  
The Extreme Right and  
Radical Right in Swiss  
Public Communication,  
1960-2005», in *Right-wing  
extremism in Switzerland:  
national and international  
perspectives*, Marcel  
Alexander Niggli, pp. 41-57.  
Baden-Baden: Nomos.

Union démocratique du  
centre, «L'UDC prépare une  
nouvelle initiative sur  
l'asile», [[http://www.svp.  
ch/g3.cms/s\\_  
page/83160/S\\_NAME/  
editosmobile/CFTOKEN/](http://www.svp.ch/g3.cms/s_page/83160/S_NAME/editosmobile/CFTOKEN/)

c7ded71d5ac469c5-  
BBB75149-5056-B000-  
1050DF5E4E23F6B8/  
CFID/13835428/NEWS\_  
NEWSCONTRACTOR\_  
YEAR/2012/NEWS\_ID/3186/  
NEWS\_NEWSCONTRACTOR\_  
DISPLAY\_TYPE/detail/  
lang/FR], consulté  
le 13 juin 2013.

Van Dijk et Teun A. (1997),  
«Political discourse and  
racism: Describing Others  
in Western parliaments»,  
in *The language and politics  
of exclusion: Others in  
discourse*, Stephen Harold  
Riggins, Thousand Oaks;  
London, New Delhi:  
SAGE Publications.

Van Leeuwen Theo,  
et Ruth Wodak (1999),  
«Legitimizing Immigration  
Control: A Discourse-  
Historical Analysis»,  
*Discourse Studies* 1 (83),  
pp. 83-117.

Vatter Adrian (2014),  
*Das politische System  
der Schweiz*, Baden-Baden:  
Nomos.

Veron Eliséo (1988),  
*La semiosis sociale:  
fragments d'une théorie  
de la discursivité*, Paris:  
Presses universitaires  
de Vincennes.

Weill Alain (1984),  
*L'affiche dans le monde*,  
Paris: A. Somogy.

Weinberg Staber  
Margit (1993), «Poster  
Persuasion», *The Journal*

*of Decorative and Propaganda Arts*, vol. 19, pp. 63-83.

Welch David (2006), «*Propagande*», in Laurent Gervereau, *Dictionnaire mondial des images*, Paris : Nouveau Monde.

Wessendorf Susanne (2005), *Title Working Paper n° 15*, University of Oxford.

Wessendorf Susanne (2008), «*Culturalist discourses on inclusion and exclusion: the Swiss citizenship debate*», *Social Anthropology* 16 (2), pp. 187-202.

Windisch Uli (2002), *Suisse-immigrés: quarante ans de débats 1960-2001*, Lausanne : L'Âge d'homme.

Wobmann Karl et Willy Rotzler (éds.) (1985), *Political and social posters of Switzerland: a historical cross-section = Politische und soziale Plakate der Schweiz: ein historischer Querschnitt = Affiches politiques et sociales de la Suisse: un aperçu historique*, Zürich : ABC Verlag.

Wodak Ruth (1999), *The discursive construction of national identity: Critical discourse analysis*, Edinburgh : Edinburgh University Press.

Wodak Ruth (2013), «*Dis-Citizenship and Migration: A Critical Discourse-Analytical Perspective*», *Journal of Language, Identity and Education* 12 (3), pp. 173-178.

Wodak Ruth et Teun A. Van Dijk (éds.) (2000), *Racism at the Top. Parliamentary Discourses on Ethnic Issues in Six European States*, Klagenfurt, Austria : Drava Verlag.

Zimmer Oliver (2003), «*Boundary mechanisms and symbolic resources: towards a process-oriented approach to national identity*», *Nations and Nationalism* 9 (2), pp. 173-193. [doi: 10.1111/1469-8219.00081].

Zimmer Oliver (1998), «*In Search of Natural Identity: Alpine Landscape and the Reconstruction of the Swiss Nation*», *Comparative Studies in Society and History* (409), pp. 637-665.

# Table des illustrations

Figure 1	Pour plus de sécurité (Goal AG Werbung, 2007) .....	12
Figure 2	Sozial geht nur national! (Inconnu, 2008) .....	12
Figure 3	Imigração? Nós dizemos não! (Inconnu, 2008) .....	12
Figure 4	Congres Nederland, Denemarken, Zwitserland, Italië... Kordaat immigratie-beleif werkt! 10 april 2011 14.30 uur Zuiderkroon Antwerpen (Inconnu, 2011) .....	12
Figure 5	Stopp Ja zum Minarett-verbot (Goal AG Werbung, 2009) .....	13
Figure 6	Non à l'islamisme. La jeunesse avec Le Pen (Inconnu, 2010) .....	13
Figure 7	Fremd 2041 leben in Linz mehr Zuwanderer als Einheimische (Inconnu, 2014) .....	13
Figure 8	Die Schweiz den Schweizern (Paul Kammüller, 1919) .....	69
Figure 9	Extragabe an Ausländer 2 mal nein (Otto J. Plattner, 1922) .....	71
Figure 10	Schluss mit Überfremdung (Inconnu, 1965) .....	79
Figure 11	Stop der Überfremdung (Atelier 8703 Erlenbach, 1966) .....	83
Figure 12	Accueil oui... laisser-faire non (Goal AG Werbung, 1999) .....	87
Figure 13	Rausschmeissermethoden? Schwarzenbach-Initiative, Nein! (Inconnu, 1970) .....	89
Figure 14	Parti radical, Jeunes de notre pays, votre avenir est en jeu, La Suisse de M. Schwarzenbach, isolée, rétrécie, est sans avenir pour vous, Allez voter et faites voter vos aînés, Non, les 5, 6, 7 juin (Atelier André Masméjan Genève, 1970) .....	89
Figure 15	Überfremdungsinitiative nein (Celestino Piatti, 1970) .....	90
Figure 16	Nein Zur Initiative gegen die Überfremdung ein klares Nein am 6./7. Juni (Linard Biert, 1970) .....	92
Figure 17	Wir brauchen diese Menschen... und sie brauchen uns. Schwarzenbach-Initiative: nein! (Celestino Piatti, 1970).....	93
Figure 18	Hier terre de refuge demain terre de refus? Initiative Schwarzenbach Votez non (François Gay, 1970) .....	95
Figure 19	Unité dans la lutte contre l'action nationale et la bourgeoisie. Le 20 octobre 1974 votons NON à la division de la classe ouvrière aux discriminations des travailleurs immigrés même droits politiques et syndicaux pour tous ceux qui travaillent en Suisse libre circulation de tous les travailleurs (Inconnu, 1974) .....	98

Figure 20	Contre l'emprise étrangère, Surpeuplement, Explosion des loyers, Elisez de vrais représentants du peuple au Conseil national, Liste Action nationale contre l'emprise étrangère du peuple et de la patrie (Anonyme, 1971) .....	101
Figure 21	Votez non (Leffel, 1970) .....	103
Figure 22	La prochaine augmentation de l'AVS risque d'être la dernière. Pensez-y le 20 octobre. 500 000 étrangers nous aident à mieux vivre. Votez non (Inconnu, 1974) .....	103
Figure 23	Défendez votre niveau de vie, votez Non, Voulez-vous aussi payer leurs impôts? Vous remplacerez 1 contribuable sur 4 et les charges de l'État ne baisseront pas car 80% sont incompressibles (Inconnu, 1974) .....	103
Figure 24	500.000 expulsés. Ferez-vous leur travail? NON (Inconnu, 1974) .....	103
Figure 25	Wenn die Pyramide fällt. fällst auch Du! Überfremdungsinitiative 3 nein (Edgar Künz AG Luzern, 1974) .....	104
Figure 26	Non à une mauvaise action nationale, Initiative inhumaine, Votez démocrate-chrétien, 18, 19 et 20 octobre 1974 (Inconnu, 1974) .....	107
Figure 27	Non à M. Schwarzenbach. Parti radical (Atelier André Masméjan Genève, 1974) .....	107
Figure 28	Gleiche Arbeit Gleiche Rechte (Anonyme) .....	111
Figure 29	NON-SOLIDAIRES d'une initiative... germe de chômage, de pénurie de logis et de crise économique! (Pierre-André Jacot, 1981) .....	111
Figure 30	Non à une « fausse » solidarité (R. Wälti, 1981) .....	111
Figure 31	1 = 1 Justice pour eux, dans l'intérêt de tous. Oui à l'initiative Etre solidaires les 4/avril (E. Balmer, 1981) .....	111
Figure 32	Pour s'ouvrir à l'Europe. Oui à la libre circulation (Exem, 2000) .....	113
Figure 33	Ivan S. violeur et bêtôt Suisse? NON au contre-projet. Initiative sur le renvoi_ OUI (Goal AG Werbung, 2010) .....	115
Figure 34	Rester maître chez soi! avec VIGILANCE (Jacot, 1983) .....	116
Figure 35	Darum Hausier-Gesetz (Otto J. Plattner, 1934) .....	119
Figure 36	trop... de faux régugés d'étrangers de criminalité pas assez de logements de sécurité d'aide sociale. RAS L'BOL il faut que ça change avec VIGILANCE (Jacot, 1985) .....	120
Figure 37	Damit wir helfen können, die wirklich Hilfe brauchen. Ja zu den Asyl-Vorlagen (Inconnu, 1987) .....	120
Figure 38	Limitation de l'immigration Oui... sur 3 rapatriés volontaires seulement 2 nouveaux immigrants (K. R. Erny, 1988) .....	122

Figure 39	L'initiative xénophobe du 4 décembre 1988 VOTEZ NON (Inconnu, 1988) .....	123
Figure 40	Ils bâtissent pour vous. vous voterez pour eux: oui aux 40 heures! non à l'Action Nationale! oui à l'initiative ville-campagne! (J. J. Glarner, 1988) ..	124
Figure 41	Non à l'initiative xénophobe (Exem, 1988) .....	127
Figure 42	Stoppt illegale Einwanderung Ja zur Volksinitiative (Inconnu, 1996) .....	130
Figure 43	Stoppt die illegale Einwanderung am 1. Dezember JA Volksinitiative gegen illegale Einwanderung (Inconnu, 1996) .....	130
Figure 44	Et si c'était vous... contre une loi inique 2xnon (Inconnu, 1999) .....	133
Figure 45	Et si c'était vous ? 2 x NON au démantèlement du droit d'asile. Votations du 13 juin (Isabelle Ducret, 1999) ....	133
Figure 46	Droit et sécurité aussi pour les réfugiés. Démantèlement du droit d'asile: 2 x non le 13 juin (Albin Christen, 1999) .....	135
Figure 47	Tables de la loi selon Blocher votez 2 x Non, 24 sept. 2006 (Exem, 2006) .....	141
Figure 48	Après leur renaissance en tant que Somaliens... (Spinal Civil Voices, 2012) .....	143
Figure 49	Après leur renaissance en tant que Syriens... (Spinal Civil Voices, 2012) .....	143
Figure 50	Suppression des frontières = drogues + criminels (Anonyme, 2005) .....	147
Figure 51	Stop aux abus! De plus en plus d'étrangers viennent en Suisse pour profiter de nos institutions sociales (Goal AG, 2010) .....	149
Figure 52	Ouvrir la porte aux abus? Non! (Goal AG, 2009) .....	152
Figure 53	Ne vous laissez pas bernier! (Anonyme, 2004) .....	155
Figure 54	L'Action nationale ne propose pas seulement d'expulser 500 000 ouvriers étrangers. Elle propose aussi... (Anonyme, 1974) .....	161
Figure 55	Contre le statut des saisonniers, tous solidaires. Votez oui (Anonyme, 1981) .....	163

Figure 56	Asylgestzrevision Ausländergesetzrevision 4./5. April 1987 Nein (Stephan Bundi, 1987) .....	167
Figure 57	Non aux mesures de contrainte (Exem, 1994) .....	168
Figure 58	L'asile est un droit Pour rester solidaire 2 x non le 13 juin (Anonyme, 1999) .....	169
Figure 59	Sagen Sie ja statt jö. Am 26. September 2 x zur erleichterten Einbürgerung. (Anonyme, 2004) .....	172
Figure 60	Made in Switzerland ID SWISS Erleichterte Einbürgerung: 2 x JA (Medienbüro Selezione Ligrionetto, 2004) .....	172
Figure 61	typisch schweizerich (Anonyme, 2004) .....	172
Figure 62	Erleichterte Einbürgerungen 2xJA am 26. Septembre 2004 (Cesar Sommer Basel, 2004) .....	174
Figure 63	Integrieren und einbürgern, was einheimisch ist (Anonyme, 2004) .....	175
Figure 64	Demokratie entwickelt sich weiter. Bewegen wir uns mit. 2xJa. Ja zum Stimm- und Wahlrecht für alle mit niederlassungsbewilligung (Inconnu, 2010) .....	177
Figure 65	STOP OUI à l'initiative sur les naturalisations (Goal AG Werbung, 2008) .....	177
Figure 66	Un kosovar fait rêver la Suisse! (Anonyme, 2012) .....	179
Figure 67	Ohne uns keine Olma-Bratwurst (Anonyme, 2013) .....	179
Figure 68	Sans nous pas de montres suisses (Anonyme, 2013) .....	179
Figure 69	La démesure nuit à la Suisse Stopper l'immigration massive OUI (Goal AG Werbung, 2014) .....	180
Figure 70	The Other Half (Anonyme, 2014) .....	183
Figure 71	The Other Half 2 (Anonyme, 2014) .....	184

## Focus

Les cauchemars xénophobes nuisent à la santé (Stopexclusion, 2009).....	26
Fanions des clubs « communautaires » (Musée d'histoire, Ville de La Chaux-de-Fonds).....	38
Des Kosovars poignardent un Suisse! (UDC, 2011) .....	57

## Afficher les étrangers

Que nous disent les affiches politiques sur notre histoire nationale? Comment les images participent-elles à la construction des récits populistes et nationalistes? Depuis plus de vingt ans, nombre de votations, notamment sur la question migratoire, ont vu leurs débats s'axer non plus sur le contenu de l'objet soumis à la consultation populaire, mais sur sa mise en scène symbolique.

Christelle Maire explore un demi-siècle de campagnes politiques suisses, où l'immigration, souvent instrumentalisée, est présentée comme une menace. En analysant une centaine d'affiches, elle dévoile comment cette esthétique du « péril migratoire » s'est progressivement imposée dans le débat public.

À la croisée de l'histoire, de la sociologie politique et des *visual studies*, cet ouvrage aborde la politisation de la question migratoire sous un angle innovant. Il met en lumière la capacité des visuels à influencer les perceptions, redéfinir l'identité nationale et nourrir des discours de repli. Car les images ne se contentent pas de représenter: elles façonnent, divisent et, parfois, manipulent.



ISBN 978-2-88901-242-8



9 782889 012428