

Thèse par articles
présentée à la Faculté des Lettres et Sciences Humaines de l'Université de Neuchâtel

Institut Forum Suisse pour l'étude des migrations et de la population

Pour l'obtention du grade de docteur ès sciences humaines - migrations

Rhétorique de l'altérité en Suisse

Manuscrit de la thèse de doctorat

La construction de
l'identité picturale de
l'étranger dans
l'affiche politique

Candidate : Christelle Maire

Directeur de thèse : Prof. Gianni D'Amato

Rapporteurs : Dr. Susan Ball, Prof. Gianni Haver et Prof. Laurent Tissot

Soutenance le 07 avril 2017

IMPRIMATUR

La Faculté des lettres et sciences humaines de l'Université de Neuchâtel, sur les rapports de M. Gianni D'Amato, directeur de thèse, professeur à l'Université de Neuchâtel ; Mme Susan Ball, maître de conférences, Université Paris 8 ; M. Gianni Haver, professeur associé, Université de Lausanne ; M. Laurent Tissot, professeur, Université de Neuchâtel, autorise l'impression de la thèse présentée par Mme Christelle Maire en laissant à l'auteur la responsabilité des opinions énoncées.

Neuchâtel, le 7 avril 2017


Le doyen
Hédi Dridi

RÉSUMÉ

Depuis le début des années 2000, 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. Le succès de cette médiatisation de l'étranger, souvent dépeint comme une menace, cette nouvelle forme d'esthétique du péril migratoire met en lumière un changement de paradigme tant dans la manière dont les acteurs politiques choisissent de communiquer et défendre leurs opinions dans l'espace public que dans la façon dont les notions d'identité, d'altérité et d'appartenance sont constamment renégociées par ceux-ci. Au travers de plus de 120 affiches, cet ouvrage aborde le parcours de la politisation de la question migratoire sous un angle innovant, mêlant Visual studies, Pictorial Turn, sociologie politique, histoire culturelle et étude des migrations.

Mots-clés : affiches politiques, migrations, étrangers, Visual Studies, Pictorial Turn, iconographie

ABSTRACT

Since the beginning of the 2000s, many votes, particularly on migratory issue, saw their debates no longer focusing on the content of the object submitted to popular consultation, but on its symbolic setting. This successful mediatisation of foreigners, which are often portrayed as a threat, this new form of migratory peril aesthetics highlights a paradigm shift in the way political actors choose to communicate and defend their opinions in public space and how notions of identity, otherness and belonging are constantly renegotiated. Through more than 120 posters, this work provides an innovative approach to the politicization of migration issue, combining Visual Studies, Pictorial Turn, Political Sociology, Cultural History and Migration Studies.

Key words: political posters, migrations, foreigners, Visual Studies, Pictorial Turn, iconography

TABLE DES MATIÈRES

1	<i>Introduction</i>	1
1.1	Buts du travail	8
2	<i>Contexte théorique</i>	13
2.1	Entre histoire, anthropologie, psychologie sociale et sociologie	15
2.2	Discours textuels et discours visuels	26
2.3	Des Cultural aux Visual studies	30
2.4	Le Pictorial turn	35
3	<i>Images de la politique et politique de l'image</i>	39
3.1	Communication, campagne et affiche politiques	39
3.2	Image et imagerie politique	40
3.3	Faire campagne	43
3.4	Délimitation de quelques concepts et notions clés	46
3.4.1	Idéologie	46
3.4.2	Mythe	47
3.4.3	Symbole politique	48
3.4.4	Stéréotype	49
3.4.5	Nation, nationalisme et identité nationale	50
3.4.6	Processus de persuasion politique	51
3.5	L'objet-affiche : mise en perspective et réflexion quant à ses spécificités conceptuelles	54
3.5.1	L'affiche en tant qu'objet d'art et de création	55
3.5.2	L'affiche en tant que médium de la propagande et du marketing politique	65
4	<i>Identité et altérité dans les sciences sociales</i>	73
4.1	L'image de l'autre	74
4.2	La construction des identités nationales	81
4.2.1	Le cas helvétique	85
5	<i>Histoire de la politisation de la question étrangère en Suisse</i>	89
5.1	L'Überfremdung : notion transversale des discours sur l'immigration	92
5.2	De la fin du XIX ^e siècle aux années 1960	95

5.3	Les « années Schwarzenbach » _____	109
5.4	La transition des années 1980 : _____	142
5.5	Des années 1990 à aujourd'hui : la lutte farouche pour le alleingang helvétique et la diffusion d'une xénophobie de masse _____	153
6	<i>La représentation des immigrés italiens dans les affiches politiques de 1965 à 1981 : construction et déconstruction d'une image</i> _____	173
6.1	Introduction _____	173
6.2	Crise sociale et renouveau de l'« Ausländerproblem » _____	174
6.3	De la conjoncture à la culture : évolution de la menace _____	177
6.4	Radicalisation des discours et développement des contre-arguments _____	179
6.5	Devenir solidaires _____	184
6.6	Conclusion : Concurrent, Profanateur, Camarade, Semblable – puis Transparent ____	189
6.7	Affiches _____	190
6.7.1	Collection d'affiches de la Bibliothèque nationale suisse: _____	190
6.7.2	Collection d'affiches de la Bibliothèque de Genève : _____	191
6.7.3	Médiathèque Valais-Sion : _____	191
6.7.4	Littérature secondaire _____	191
7	<i>Visualizing Migration as a Threat: A new Migratory Peril Aesthetics in Switzerland</i>	193
7.1	The Other in Political Iconography _____	196
7.2	The Turning Point of the 1980s _____	198
7.3	Immigration as an Economic and Social Threat _____	205
7.4	Immigration as a Criminal Threat _____	206
7.5	Immigration as a National Security Threat _____	211
7.6	Creating a Visual Rhetoric Against Immigration _____	213
7.7	List of figures _____	215
7.8	Bibliography _____	216
8	<i>We are the Other Half ... The Positive Visual Representations of Foreigners in Switzerland Before and After the 9th February</i> _____	219
8.1	The role of image in political debate _____	220
8.2	Against the negative portrayals of foreigners: a short historical overview _____	222
8.3	Foreigners become publicly involved in the debate _____	233

8.4	The post-9 th February electric shock	242
8.5	The difficulty to counter a strong and well-established anti-immigration Discourse	246
8.6	Bibliography	247
9	<i>Conclusion</i>	251
9.1	La production sociale du péril migratoire	253
9.2	Une conjoncture doublement favorable	257
9.3	Les stéréotypes : figures imposées de la communication politique ?	258
10	<i>Bibliographie</i>	261
11	<i>Table des Illustrations</i>	269

1 INTRODUCTION

Au 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 Economique 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 suisses¹. 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) et « Pour le renvoi effectif des étrangers criminels » (initiative de « mise en œuvre » de l'initiative UDC de 2010) qui ont été soumises au peuple. A cela s'ajoute l'initiative « Halte à la surpopulation - Oui à la

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.

préservation durable des ressources naturelles» lancée par l'association Ecologie et population(Ecopop)².

Si, parmi les trois initiatives des Démocrates suisses, aucune n'a abouti, les initiatives de l'UDC ont, quant à elles, connu une meilleure fortune. Toutes ont, sans exception, pu être soumises au scrutin populaire ; trois des quatre plus récentes ayant 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 acception 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 populaires³ toutes non abouties ou refusées en votation.

Ce travail 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 près 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 effectivement 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 dans la confection de ce corpus. Un peu plus de 120 images sont présentées dans le cadre de ce travail. 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

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)

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, 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 quinze 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 (Maire 2013). 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.5] du mouton noir expulsé du territoire national par trois moutons blancs a ainsi été réutilisée par le Nationaldemokratische Partei Deutschlands (NPD) [Figure 2, p.5], le Partido Nacional Renovador au Portugal [Figure 3, p.5] en 2008, le Vlaams Belang en Belgique en 2011 [Figure 4, p.5] et Democracia Nacional en Espagne. L'affiche contre la construction de minarets [Figure 5, p.6] a, quant à elle, créé des émules au sein du British National Party [Figure 6, p.6], du Front National (France) [Figure 7, p.6], du Nationaldemokratische Partei Deutschlands (NPD) et du Freiheitliche Partei Österreichs [Figure 8, p.6] ; 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.



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



Figure 3 - Imigração ? Nós dizemos não! (Inconnu, 2008)



Figure 2 - Sozial geht nur national ! (Inconnu, 2008)



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



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

"Minarets are our bayonets. The domes are our helmets, the mosques our barracks and the believers our army." -- Turkish Prime Minister Tayyip Erdogan.



Figure 6 - "Minarets are our bayonets. The domes are our helmets, the mosques our barracks and the believers our army." Turkish Prime Minister Tayyip Erdogan. Fact#1: The Conservative Party, the Labour Party and the Liberal-Democrats all want Turkey to join the EU. Fact#2: The BNP is the only party which opposes Turkish membership of the EU and the Islamification of Britain (Inconnu, 2009)



Figure 7 - Non à l'islamisme. La jeunesse avec Le Pen (Inconnu, 2010)



Figure 8 - Fremd 2041 leben in Linz mehr Zuwanderer als Einheimische (Inconnu 2014)

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 affiches s'inscrivent dans une tradition picturale et culturelle, vieille de près 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 idéal.

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, trois 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 décennies 1990-1999 et 2000-2009. De 2010 à juin 2014, ce sont déjà près de 40 objets qui ont été soumis au scrutin populaire. Actuellement⁴, 25 initiatives fédérales sont encore en suspens : douze au stade de la récolte de signatures, une en suspens devant le Conseil fédéral, sept en suspens devant le Parlement et cinq prêtes à passer en votation.

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. 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 politique 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.

⁴ Site de la Chancellerie fédérale (www.admin.ch/gov/fr/accueil.html?lang=fr) consulté le 18 novembre 2015

1.1 BUTS DU TRAVAIL

Partant de cette courte mise en perspective théorique, ce travail 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'Autre⁵. 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 partisans 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 (Bonnell 1999, Hunt and Biersack 1989). 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 stéréotypes et symboliques 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 (Hall and Koivisto 2004). 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 (Rose 2003).

Nous plaçons ainsi la relation entre les productions iconographiques et la politique comme d'une importance centrale dans l'analyse sociologique (Bowler 1991) 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 (Seidel 1984) et, plus

⁵ Dans une perspective identique, voir aussi Orgad (2012)

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 (Berezin 1997).

En parallèle, nous tenterons également de mettre en lumière les succès récents des initiatives anti-immigration de l'Union Démocratique du Centre 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. En parallèle à cette démarche, nous dresserons également un rapide panorama de l'histoire visuelle de l'identité nationale helvétique afin de mieux pouvoir contextualiser notre recherche. L'analyse des affiches se focalisera, donc, sur deux dimensions thématiques principales que nous considérons comme fondamentales dans la formation de la rhétorique visuelle nationaliste⁶ :

- la conception et la représentation de l'Autre dans le discours politique : l'esprit politique est indissociable d'une certaine forme d'opposition, de positionnement qui engendre, indéniablement, la définition d'un Autre, parfois ennemi, qui n'appartient pas, en tant que tel, à la population indigène du pays. Cet Autre peut aussi bien être défini comme un atout, un input important pour la patrie, que comme une menace pour l'identité nationale. Sa dénomination varie au gré des époques. Le juif, le musulman, le franc-maçon, le communiste, le travailleur immigré ou le demandeur d'asile ont ainsi été, tour à tour, montrés du doigt. Dans cette dimension, nous nous demanderons, entre autres, quels sont liens qui unissent la perception de l'étranger à la politique identitaire et comment la représentation de l'Autre évolue du point de vue esthétique, symbolique ou politique. Nous chercherons, également, à savoir quels sont les éléments qui influent sur ces modes de représentation et de quelle manière se manifeste la conceptualisation de l'étranger, de l'immigré ou du requérant d'asile.
- la symbolique identitaire : si cette thématique ne constitue qu'une dimension annexe de notre analyse, nous pensons qu'il est cependant fondamental de l'aborder, même de manière très partielle, afin de pouvoir rendre compte de la façon la plus optimale que possible de la dimension précédente. Nous partons du principe que l'on ne peut comprendre comment une nation définit son rapport à l'Autre, que si l'on le met en

⁶ Le terme est ici entendu dans son sens premier, c'est-à-dire comme « relatif au nationalisme » et non comme doctrine partisane du nationalisme

lien avec sa définition d'elle-même. Toute nation, de par son appareil politique, notamment, développe un ensemble signifiant de mythes et de symboles censés définir l'identité de l'Etat. Ces images ont pour fonction la légitimation de l'histoire nationale et visent à renforcer, à entretenir le sentiment d'appartenance et de cohésion du pays. Les héros et les lieux mythiques de la nation, voire même sa topographie, les allégories, le drapeau, sont ainsi instrumentalisés de manière à devenir des symboles essentiels dans la définition de notre identité. Dans le cadre de ce travail de recherche, il sera, notamment, question de savoir comment évoluent ces constructions rhétoriques au cours des années. Existe-t-il des réminiscences, des réinterprétations, des réactualisations ou des transformations de ces formes symboliques ? Quel est l'impact du contexte artistique, social et politique sur ces motifs ? De quelle manière sont-ils nourris des influences externes ? Et surtout, comme cette définition de l'identité nationale alimente-t-elle notre représentation de l'étranger ?

Partant de ces différents buts, plusieurs objectifs supplémentaires ont été définis. Le premier est de montrer de quelle manière la communication par l'affiche évolue au gré des avant-gardes et des modes de production. Cette première dimension est fondée sur une approche très proche de l'histoire de l'art et se focalise, avant tout, sur les éléments artistiques constitutifs de l'affiche. Nous entamerons, ainsi, une réflexion sur la nature même de ce médium et les implications que celle-ci engendre [chapitre 3.5.1 L'affiche en tant qu'objet d'art et de création]. En retraçant le cheminement esthétique réalisé par l'affiche dès la fin de la Première Guerre mondiale et les liens qu'elle entretient avec ses concepteurs, nous pensons, par là même, pouvoir contextualiser et donner une dimension intéressante à cette grammaire communicationnelle si particulière. Parallèlement à cette démarche, et dans une perspective orientée plus explicitement vers la théorie de la communication, nous souhaitons, également, exposer le rôle de l'affiche dans l'arsenal médiatique à disposition des organisations politiques [chapitre 3.5.2 L'affiche en tant que médium de la propagande et du marketing politique]. Chaque formation dispose, effectivement, d'un vaste éventail d'outils marketing destinés à soutenir sa propagande électorale. Les meetings, les tracts, la presse partisane, les interventions télévisées ou radiophoniques et les sites web, par exemple, possèdent des spécificités propres qui conditionnent la forme de la communication. Dans ce contexte, il nous semble important de définir la place et la particularité de l'affiche. Nous souhaitons, parallèlement, établir une définition de l'affiche en tant qu'objet d'étude sociologique afin de présenter les difficultés et les richesses d'une telle analyse pour la recherche en sciences sociales. Ce premier objectif conjoint nous permettra de définir, sans ambivalence, les caractéristiques les plus diverses de notre objet d'étude.

Le deuxième objectif de ce travail est de retracer la construction, la déconstruction, la reconstruction et la co-construction de la symbolique identitaire suisse [chapitre 4.2.1 Le cas helvétique]. Dans cette dimension plus tournée vers l'histoire culturelle, notre focus porte, principalement, sur la dimension visuelle des mythes et des symboles qui y sont rattachés. Nous entamerons, ainsi, une réflexion historique sur le développement rhétorique de cette thématique. Nous chercherons, par ce biais, à savoir comment la représentation de l'étranger se construit, comment l'esthétique de la normalité est opposée à la symbolisation de l'alter et quelles sont les lois qui régissent ces processus. Nous souhaitons mettre en avant l'utilisation des stéréotypes ou des modes de représentation les plus divers afin de cerner la construction visuelle de cette thématique. Nous introduirons, ainsi, la question de la représentation de l'identité nationale qui nous servira à mettre en perspective la dénomination visuelle de l'Autre. En observant les phases d'exaltation, ou au contraire d'oubli, de figures nationales emblématiques (Guillaume Tell, les Waldstätten, la prairie du Grütli, Winkelried, Helvetia, les Alpes, la bannière rouge à croix blanche, etc.) et la manière dont leur définition peut changer au cours des différentes périodes, nous espérons pouvoir démontrer que ces symboles jouent un rôle clé dans les représentations collectives de notre propre identité et de celle de nos alter. Nous tenterons, par là même, d'entamer une réflexion critique sur ce qu'engendrent ces motifs et la manière dont ils sont, de manière opportuniste ou non, constamment réactualisés.

Troisièmement, nous souhaitons retracer le cheminement de la politisation de la question étrangère dans le paysage suisse dès le milieu des années 1960 [chapitre 5]. En nous basant sur les différentes votations fédérales liées à la politique migratoire, nous pensons pouvoir rendre compte de la manière dont les dimensions liées à l'asile, la naturalisation, les Gastarbeiter, etc., bref, à tous les thèmes en lien avec la présence d'étrangers sur le territoire national et l'ouverture et la fermeture des frontières, sont constamment négociées et remises en jeu par les différents acteurs de la vie politique. Il s'agira, notamment, d'observer la nature et les éléments déclencheurs des débats en la matière et les formes que ceux-ci prennent au fil du temps. Nous souhaitons opérer une analyse des schémas discursifs qui sous-tendent la construction argumentative de ces figures. Le champ visuel sera notre principal champ d'action, puisque le médium essentiel de notre réflexion est constitué des affiches des différentes formations politiques concernées.

Finalement, nous avons pour objectif de réaliser une analyse détaillée, et aussi représentative que possible, des contenus iconographiques des affiches politiques liées à notre thématique de recherche et produites au cours d'une période allant de 1965 à 2014. Nous espérons, ainsi, pouvoir mettre en perspective l'image avec son contexte de production visuelle (graphisme, style, etc.) et idéologique (actualité politique) grâce à une méthodologie interdisciplinaire.

L'objectif principal, et transversal, de cette thèse 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. Une nouvelle fois, notre but est ici de démontrer que la propagande visuelle contribue à modeler les mentalités, les conceptions, l'univers des citoyens suisses et est, en retour, elle-même façonnée par les croyances et attitudes populaires (Bonnell 1999).

2 CONTEXTE THÉORIQUE

Au début des années 1970, les sciences sociales connaissent un changement significatif de leur compréhension de la vie sociale. Ce changement, que l'on décrit souvent par le terme de *Cultural Turn*, se caractérise principalement par le fait que la culture devient un moyen crucial par lequel de nombreux chercheurs tentent de comprendre les processus sociaux, le changement social, les identités sociales et les conflits sociaux (Rose 2003). Dans ce contexte, on note, dès la fin de la Seconde Guerre mondiale, et en parallèle à l'essor des méthodes quantitatives, une focalisation grandissante des sciences sociales sur l'analyse de la production du sens. Le *Cultural Turn* s'accompagne ainsi, en quelque sorte, d'un tournant interprétatif qui cherche à exploiter les productions culturelles et à déterminer leur signifiante et leur signification dans la sphère sociétale. Ce changement conduit, dès les années 1970, à l'émergence de nouvelles méthodes d'analyse et de nouvelles écoles de pensée, dont un certain nombre s'engouffrent dans la brèche de l'analyse du sens (identitaire, etc.) et des identités (positives, négatives, stigmatisées). Ce tournant étend également son influence au sein du *Linguistic Turn* puis, dès les années 1990, d'un *Pictorial Turn* qui s'avère crucial, nous y reviendrons en détail plus loin, dans le cadre de notre démarche.

Dans le contexte de cette réorientation méthodologique et thématique des sciences sociales, différents auteurs ont souligné, dès la fin des années 1960, l'importance du visuel et de la visualité dans les sociétés contemporaines. L'on peut ici brièvement citer les travaux de Foucault sur la surveillance (1975) ou la notion de "société du spectacle" développée par Debord en 1967 qui, en tant que représentants de la *French Theory*, nous amènent ainsi à considérer le concept de "culturelle visuelle" ; concept faisant référence à la pléthore de manières par lesquelles le visuel fait partie intégrante de la vie sociale. L'œuvre de Foucault, plus particulièrement, s'avère intéressante dans le cadre de notre travail, notamment de par sa volonté d'encourager la prise en compte du contexte historique, social, politique, culturel et institutionnel dans le cadre d'analyses d'images médiatiques (Orgad 2012, 29), mais également de par sa définition de la notion d'illégalisme qui reviendra plus loin dans cet ouvrage. Son schéma d'analyse des contenus médiatiques en deux étapes – identification des constructions de sens (catégorisations, etc.), puis des effets et conséquences de ces constructions (rapports de pouvoir, etc.) – servira également de trame pour nos observations.

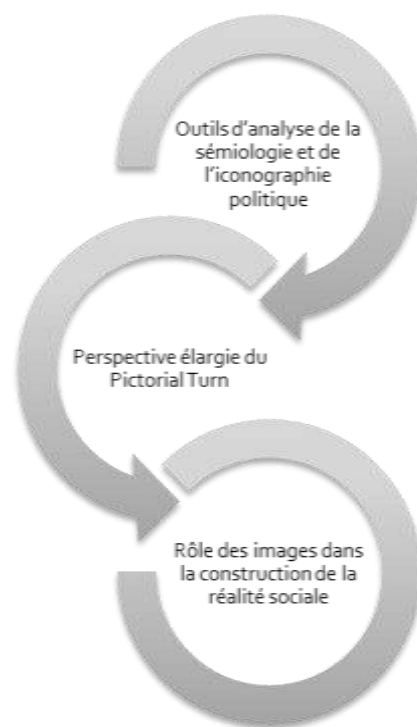
Le tournant pictural se situe ainsi dans la continuité du tournant linguistique, mais se distingue de celui-ci par le fait qu'il ne se focalise plus sur le langage pour accéder à la compréhension du monde social, mais bien sur le visuel et sa présence de plus en plus marquée au sein des sociétés contemporaines. Le terme englobe à la fois la description de

cette situation et un programme de recherche particulier visant à comprendre le fonctionnement des images et leur capacité d'influence, de construction du monde social. En résumé, ce courant puise sa source au sein d'une série de « virages théoriques [...], entre autres, l'émergence de l'iconicité comme concept clé de la sémiotique du XXe siècle, la "picture theory of meaning" de Wittgenstein, la coïncidence des thématiques du "spectacle" (Debord) et de la surveillance (Foucault), la critique derridienne du phonocentrisme, le renouveau d'intérêt pour la psychologie, l'émergence d'une histoire du regard et des spectacles, etc. » (Brunet 2005, 86).

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 » (Gunthert 2001, 62). C'est bien ici notre projet.

Au-delà des autres disciplines qui nous serviront à délimiter et remettre dans leur contexte les objets de communication politique analysés, notre approche fonctionnera, schématiquement, selon le modèle figurant sur cette page.

Les sections suivantes offrent ainsi un aperçu des apports méthodologiques⁷ et théoriques de différents courants à notre entreprise d'analyse de la propagande visuelle. Ces sous-chapitres ne prétendent en aucun cas à une description complète des courants de recherche mentionnés ni à une quelconque exhaustivité, ils



⁷ Par souci de lisibilité, l'approche méthodologique utilisée dans le cadre de ce travail n'est pas approfondie dans ce chapitre, une description plus détaillée de l'outil méthodologique mis en place pour « lire » les images est cependant disponible dans les annexes (I A. L'ANALYSE D'IMAGES FIXES ET D'AFFICHES EN POLITIQUE et I B. GRILLE D'ANALYSE)

constituent simplement une présentation de points méthodologiques essentiels dans notre démarche. 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.

2.1 ENTRE HISTOIRE, ANTHROPOLOGIE, PSYCHOLOGIE SOCIALE ET SOCIOLOGIE

Lorsque la sociologie approche un objet tel que l'affiche dans la communication politique, elle se doit tout d'abord de s'interroger sur la pertinence d'un tel médium pour la construction d'un objet sociologique. Selon Guillemin et al. (1991), cette interrogation comporte, en fait, deux étapes. La première est ainsi de cerner la pertinence de la communication politique quant à la construction du « politique » ; en filigrane, la seconde est de définir en quoi l'affiche comme « médium de communication » est, plus particulièrement, pertinente dans le cadre d'une telle démarche.

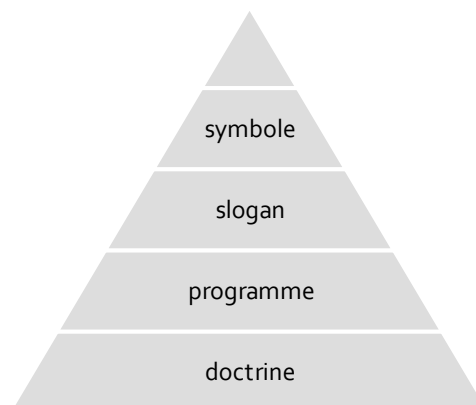
Les différents éléments présentés en introduction justifient la pertinence de l'affiche et de la communication politique comme objet de compréhension du monde social et nous n'y reviendrons que très brièvement ici. Il n'est effectivement plus à prouver que « l'affiche constitue un reflet extrêmement fidèle et varié de l'ensemble des activités réalisées par les hommes de notre société, elle représente un document anthropologique de premier ordre » (Enel 1971, 35). L'utilisation du terme de reflet est ici à nuancer, puisque comme nous le mentionnant à plusieurs reprises, les images ne sont jamais à considérer comme des fenêtres ouvertes sur une réalité objective, mais bien le résultat d'une construction issue d'éléments choisis et mis en scène partialement. Le point de vue d'Enel semble donc dépassé, mais nous nous accordons cependant sur le fait que l'image constitue un document anthropologique d'une grande richesse pour retranscrire l'ensemble des activités des hommes de notre société.

Nous compléterons encore simplement ce point de vue par cette remise en perspective fondamentale d'Eliseo Véron : « Une théorie de la production de sens est un des chapitres fondamentaux d'une théorie sociologique, car c'est dans la sémiotique que la réalité sociale se construit. [...] L'analyse des discours sociaux ouvre ainsi la voie à l'étude de la construction du réel » (1988). L'affiche nous permet ainsi, par le biais des discours visuels et textuels qu'elle expose, de rendre compte d'un champ thématique particulier de la politique contemporaine.

Plus globalement, dans son "approche mosaïque" des médias, McLuhan (1964) tend à considérer les artefacts médiatiques et notamment l'affiche comme « une image collective

en profondeur de la communauté en action et appelle une participation maximale au processus social ».

La sociologie s'intéresse effectivement depuis fort longtemps à l'impact des discours politiques sur la construction et la définition du monde social. Tchakhotine développe ainsi dans les années 1940 un schéma qui s'avère toujours pertinent pour illustrer les rapports existant entre un symbole politique et son contenu. Ce schéma place en son sommet le symbole qui constitue, en quelque sorte, « un signe sténographie du slogan, du programme, de la



doctrine. Par cette représentation hiérarchique, [on] traduit un processus de raffinement des idées politiques de la doctrine vers le symbole, la réduction des éléments idéologiques pour aboutir à la définition d'un idiome rassembleur, un instrument extrêmement actif pour agglomérer ou mettre au pas les multitudes » (196) (196) (196) (196) (196) (196) (196) (196) (196) (196) (196) (196) (196) (196) (1988 ; 196). Tchakhotine démontre ici parfaitement la capacité d'influence que possèdent les discours sur les comportements, actions et représentations des membres d'une société donnée.

L'objet-affiche possède un ensemble de particularités matérielles et physiques sur lesquelles il nous paraît également essentiel d'apporter quelques précisions, notamment en ce qui concerne les notions d'affichage, de gestion de l'espace public et sur son principe d'accroche. Globalement, l'affichage relève ainsi « de la gestion d'un espace visuel disponible, dans la mesure où l'environnement urbain (ou périurbain) pensé comme décor, se présente comme lieu d'incrustation, ou, si l'on préfère comme surface d'inscription potentielle à conquérir ou à acheter. L'image publicitaire ou de propagande (électorale ou non) repose donc sur le principe de saturation de l'espace, d'un modèle "idéalement" et total(itairement) assujéti à la firme ou au parti qui cherche à s'en rendre possesseur » (Fresnault-Deruelle 1997, 23). C'est ainsi « la matérialité de ces murs et la façon dont on les voit – c'est-à-dire sans les regarder – qui déterminent le type particulier d'attention que sollicite l'affiche » (Fresnault-Deruelle 1997, 33).

Du côté de l'anthropologie, ce n'est plus tant la manière de définir et d'appréhender le médium affiche qui nous intéresse, mais plutôt l'approche de mouvements sociaux particuliers. Ce sont ainsi avant tout Gingrich et Banks (2006) qui constituent pour nous la source d'inspiration principale. Leurs travaux sur le néonationalisme, analysé en tant que phénomène social, offrent effectivement une perspective qui s'avère pertinente dans le cadre

de notre recherche. Leur manière de définir les politiciens néonationalistes comme des figures se revendiquant venir en aide aux citoyens pour identifier, et les aider à protéger, leur capital symbolique nous semble effectivement essentielle. Nous partageons également leur compréhension de la notion de symboles dont l'existence n'est jamais isolée, mais qui sont perçus comme un tout, comme l'ensemble des choses que nous considérons comme une vérité transcendante à propos du signe qu'ils soulignent.

La notion de construction de la réalité sociale s'avère cruciale dans notre analyse de la communication politique et nous l'avons déjà citée à plusieurs reprises dans le cadre de ce travail. Cette notion fondamentale puise principalement sa source dans les ouvrages de Berger et Luckmann ([1966] 1986) ainsi que de Véron (1988), 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.

Cette compréhension constructiviste du monde social remet notamment totalement en cause la vision naïve et obsolète qui tend à considérer les représentations comme des miroirs, des reflets directs et impartiaux de la réalité sociale. Toute représentation est ainsi inévitablement, et de manière inhérente, une construction, un portait particulier et sélectif de certains éléments de la réalité qui génère obligatoirement des significations particulières et en exclut, automatiquement, d'autres (Orgad 2012). Les images, plus particulièrement, ne représentent effectivement jamais la vérité, mais fabriquent et mettent en scène leur propre vision de la "vérité" (Flacke and Museum 2004). 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 l'on appréhende notre univers sociétal et dont l'on se comporte dans notre vie quotidienne (Rose 2003). Ces images qui contribuent à façonner le monde dans lequel nous évoluons sont elles-mêmes des constructions (Edelman 1995). Elles sont à la fois le produit et l'élément déclencheur d'un processus dialectique complexe menant au développement d'un imaginaire collectif partagé au sein des membres d'une société donnée. 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 » (Marková 2007, 182). 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. La réalité sociale ne précède donc pas « les interactions sociales qui produisent la réalité sociale. Celle-ci s'objective et s'autonomise [...] au travers d'un processus d'institutionnalisation » (Duez 2008, 54).

Ce constat peut ainsi être enrichi par la perspective psychosociale développée par Marková 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 » (Marková 2007, 184). Dans le cas de la politique et de son mode de communication médiatique, cette perspective nous permet de nous interroger « sur la pertinence sociologique de l'information politique, et notamment de la construction du sens social » (Ramognino 1992, 320). 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 » (Champagne 1991, 65). L'affiche est ainsi insérée dans des pratiques sociales et historiques que, d'une certaine manière, elle redouble (Ramognino 1992, 321).

Nous abordons ici deux notions qui s'avéreront essentielles dans le cadre de notre analyse : celles des stéréotypes et des préjugés. Nous en donnerons notre définition plus loin, mais nous souhaitons déjà aborder ces deux notions ici afin de souligner leur signifiante dans le cadre de la théorie de la construction de la réalité et, plus particulièrement, dans la thématique des représentations de l'altérité. Nous partons effectivement du principe que les stéréotypes ne sont pas « que des vestiges d'un passé d'inégalités se transmettant par la socialisation », mais que « de nouvelles images signifiantes peuvent se construire dans l'espace public à la faveur des processus de communication de masse, et tout particulièrement de la mise en image » (Sanchez-Mazas and Licata 2004, 326). La propagande ne s'avère, dès lors, efficace que si elle reflète des croyances sous-jacentes et ces croyances découlent, à leur tour, de la construction d'une réalité particulière au travers de ces catégorisations médiatisées. Pour illustrer ce propos, Sanchez-Mazas cite ici notamment l'exemple de la figure de la femme voilée qui « renvoie au revers de la figure du citoyen autonome et doué de libre arbitre, celle de la soumission ». Dans une même optique, Duez estime, quant à lui, dans le cadre de son travail sur l'immigration illégale en Europe, que les références omniprésentes à la notion de menace dans les discours politiques ne sont pas à

envisager « comme des périls objectifs existant indépendamment des rapports entre les acteurs, mais plutôt comme le fruit de représentations sociales et, en particulier, de représentations sociales de l'Autre » (Duez 2008). Ainsi, « la politique symbolique construite à partir de l'altérité reposerait sur une représentation de type "Ethnos" propice à la construction et à la diffusion des stéréotypes. L'interchangeabilité entre figure et signification invite à rattacher la notion de stéréotype aux processus psychosociaux par lesquels, dans la communication, les images se chargent de signification et celle-ci trouve des images pour se propager » (Sanchez-Mazas 2004, 220).

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 (Orgad 2012). 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 (Edelman 1995). Ce phénomène se traduit notamment dans le concept de "culture visuelle", notion fondamentale des théories inspirées par les *Visual studies*.

La notion de culture visuelle fait effectivement référence à la pléthore de manières par lesquelles le visuel fait partie de notre vie sociale. Elle privilégie ainsi une compréhension de la réalité dans un monde "transmédiatique" et correspond à l'émergence d'un nouveau paradigme qui vise à analyser toutes les formes de la culture visuelle comme parties d'un seul système cross-médiatique. Le concept de cross-médiation fait ici référence à l'idée que notre expérience des contenus visuels signifiants culturellement se manifeste sous de multiples formes et que les contenus et les codes visuels peuvent "migrer" d'une forme à une autre. Les frontières médiatiques sont ainsi perméables et un même schème de représentation peut, par conséquent, se retrouver au sein de différents types de médias.



Figure 9 - Telledenkmal (Richard Kissling, 1895)



Figure 10 - Wählt Partei der Arbeit (Inconnu, 1950)



Figure 11 - Gegen den Atomvogt, Atom Schutz, Ja (Hugo Schuhmacher, 1979)



Figure 12 - Un shoot pour nos enfants ?



Figure 13 - Wilhelm Tell (Ferdinand Hodler, 1897)



Figure 14 - Hütet Euch vor dem Versailler Völkerbund (Otto Baumgartner, 1920)



Figure 15 - "Défendez votre liberté!, Loi Häberlin (Carl Scherer, 1922)



Figure 16 - Wehret den Anfängen! Atomschutz JA (Bernard Schlup, 1979)



Figure 17 - Der Holzfäller (Ferdinand Hodler, 1910)



Figure 18 - Initiative socialiste, non, 25 janvier (Willy Jordan, 1942)



Figure 19 - Cosa Affaiblir les cantons? Couper les prestations?



Figure 20 - Abattre notre prospérité? (Inconnu, 2009)

Dans le contexte helvétique et de notre focalisation sur l’affiche comme mode de la communication politique, ce principe de récupération des figures emblématiques de la culture visuelle s’illustre parfaitement dans l’utilisation récurrente de symboles allégoriques tels que Guillaume Tell ou d’autres éléments constitutifs du sentiment d’appartenance national. Différentes œuvres artistiques ayant participé à la création et à l’ancrage de cette figure mythique dans l’imaginaire collectif – le monument de Guillaume Tell (1895) dans la commune d’Altdorf [Figure 9, p.5] ainsi que la toile “*Wilhelm Tell*” (1897) [Figure 13, p.21] de Ferdinand Hodler, par exemple – ont ainsi été récupérées par les affiches de propagande politique. On retrouve, par là même, le Tell du monument d’Altdorf – tenant son fils à son côté, son arbalète posée sur l’épaule – dans le cadre de la campagne du *Partei der Arbeit* (Parti du Travail) pour les élections cantonales de 1950 [Figure 10, p.5], d’une affiche de Schuhmacher [Figure 11, p.20] en faveur de la première initiative antinucléaire en Suisse en 1979 [Figure 11, p.20] et dans une affiche créée par l’agence Pulsion [Figure 12, p.20] pour l’UDC dans le cadre de sa campagne contre la « libéralisation des drogues » en 2007. Le Tell de Hodler – tenant fermement son arbalète dans sa main gauche et levant sa main droite en signe d’arrêt – est, quant à lui, reproduit de manière très fidèle dans une affiche de Baumgartner créée en 1920 [Figure 14, p.21] et une autre [Figure 15, p.21] de Scherer produite en 1922 dans le cadre de la campagne contre la Loi Häberlin⁸, ainsi que dans une affiche [Figure 16, p.21] de Schlup, elle aussi éditée pour soutenir l’Atominitiative⁹ de 1979.

L’image du bûcheron issue d’une autre œuvre emblématique de Ferdinand Hodler (« *Der Holzfäller* », 1910) [Figure 17, p.22] connaît également de nombreuses réinterprétations dans les affiches politiques, notamment dans une affiche [Figure 18, p.22] créée par Jordan contre l’initiative « socialiste »¹⁰ de 1942, en 2006 dans une affiche [Figure 19, p.22] contre l’initiative Cosa¹¹ et, en 2014, dans une affiche [Figure 20, p.22] produite par Economiesuisse dans le cadre de sa campagne en défaveur de l’initiative « contre l’immigration de masse ».

En 2014, la campagne de communication des opposants et partisans de cette initiative lancée par l’UDC est d’ailleurs le lieu d’un autre processus particulièrement intéressant dans le cadre de notre analyse des discours visuels de propagande : celui de la co-construction. La notion

⁸ Loi fédérale modifiant le Code pénal fédéral du 4 février 1853 en ce qui concerne les crimes et délits contre l’ordre constitutionnel et la sûreté intérieure, et introduisant le sursis à l’exécution de la peine, dite « loi sur la subversion », élaborée en réaction à la grève générale de 1918 et qui visait, dans une perspective marquée par la lutte anticomuniste, notamment à interdire toute forme de propagande.

⁹ Initiative populaire « pour la sauvegarde des droits populaires et de la sécurité lors de la construction et de l’exploitation d’installations atomiques » visant à limiter la construction de nouvelles infrastructures du domaine de l’énergie nucléaire.

¹⁰ Initiative populaire tendant à l’augmentation du nombre des membres du Conseil fédéral (qui serait alors passé de 7 à 9) et à son élection par le peuple.

¹¹ Initiative populaire demandant que les bénéfices nets de la Banque nationale suisse soient versés au fonds de compensation de l’AVS.

de co-construction se situe dans le prolongement de la notion de construction de la réalité sociale et constitue, en quelque sorte, une dimension supplémentaire de notre compréhension constructiviste des représentations. « Il s'agit de montrer de manière concrète la façon dont, par exemple, deux interprétations contradictoires d'un même phénomène ne se construisent pas séparément et indépendamment l'une de l'autre. [...] Un discours intervient, même implicitement, dans la construction effectuée par le discours adverse, rival et réciproquement » (Windisch 2002). Ce processus dialogique est effectivement présent de manière particulièrement explicite dans différentes productions visuelles créées au cours des dernières années par les acteurs politiques helvétiques. En 2014, Economiesuisse et l'UDC utilisent, par exemple, tous deux la figure du pommier pour symboliser la prospérité du pays dans leur cadre de la campagne au sujet de l'initiative sur l'immigration. Sur les affiches de l'UDC [Figure 116, p.243], le pommier étouffe la terre (le territoire) helvétique de ses racines trop imposantes. Sous le slogan « La démesure nuit à la Suisse », elle invite les citoyens à dire non « à l'immigration massive ». Sur les affiches d'Economiesuisse [Figure 20, p.22], le pommier est, cette fois-ci, abattu par un bûcheron. Le slogan « Abattre la prospérité ? » encourage, quant à lui, à refuser cette initiative qui « isole la Suisse ». D'autres exemples viennent illustrer le fonctionnement plus ou moins explicite de ce principe de co-construction. La fameuse main jaune sur laquelle est inscrit le slogan antiraciste « Touche pas à mon pote » est ainsi transformée en « Touche pas à mon vote » dans une affiche [Figure 21, p.31] de Jacot contre l'octroi du droit de vote aux étrangers dans le canton de Genève en 1993. Le mouton noir [Figure 1, p.5] créé en 2007 par l'agence Goal pour l'UDC dans le cadre de sa campagne de récolte de signatures pour l'initiative « Pour le renvoi des étrangers criminels » et le slogan « pour plus de sécurité » sont, quant à eux, détournés par différents partis de gauche. Dans son allusion la plus directe, le Parti ouvrier populaire (POP) reproduit quasiment à l'identique l'affiche de l'UDC sur laquelle trois moutons blancs jettent hors de leur pré un mouton noir [Figure 22, p.31] ; au détail près que les trois moutons sont ici noirs, jaune et blanc et que celui qui est éjecté hors du champ est blanc et porte les couleurs de l'UDC. Le slogan est, quant à lui, transformé en « pour plus de diversité ». Les Verts réutilisent pour leur part la figure du mouton dans le cadre de leur campagne contre l'initiative « pour des naturalisations démocratiques » [Figure 109, p.238], également lancée par l'UDC. Avec le slogan « non aux naturalisations à la tête du client », le parti écologiste présente un troupeau de moutons multicolores au sein duquel seuls ceux dont la toison est blanche sont acceptés.

L'histoire culturelle part du principe que toute image, peu importe sa qualité esthétique et son mode de production, peut servir de source pour l'analyse historique. Elle rejoint en ce sens la compréhension de la culture visuelle propre aux *Visual studies*. La programmation de



Figure 21 – touche pas à mon vote NON au droit de vote et à l'éligibilité des étrangers L'Equipe (Pierre-André Jacot, 1993)



Figure 22 - Pour plus de diversité POP (Inconnu, 2007)

l'histoire culturelle est ainsi de « donner toute leur place aux productions singulières qui contribuent à la construction des représentations collectives » (Ory 2004, 18).

L'histoire culturelle se situe également dans le prolongement de la vision constructiviste de la réalité sociale, puisqu'elle partage l'idée que les images ne sont pas le reflet de la réalité sociale, ni un système de signes non relié à cette réalité, mais qu'elles occupent un ensemble de positions entre ces deux extrêmes. Elles témoignent, selon Burke (2001, 138), des stéréotypes et des manières par lesquelles des individus ou des groupes envisagent le monde social. En référence au fameux ouvrage d'Hobsbawm et à cette notion de construction de la réalité, l'on peut donc dire que les culturalistes sont, dès lors, « bien placés pour savoir que les traditions s'inventent, comme le reste » (Mattioli 1998).

Cette théorie se focalise ainsi sur l'interprétation iconologique des œuvres visuelles, puisqu'elle s'intéresse avant tout aux principes sous-jacents qui révèlent l'attitude et le caractère d'une nation, d'une période, d'un processus de persuasion religieux, philosophique ou politique. Pour l'histoire culturelle, c'est justement à ce niveau que se trouvent toute la pertinence et l'utilité de l'image pour le travail de recherche des historiens (Burke 2001, 36). De par cette approche, le regard culturaliste vise ainsi à « repérer les lieux où [le] pouvoir croise, en particulier, manipule la rhétorique (idéologie), le mémoriel (cultures politiques) ou le symbolique (politiques symboliques) » (Ory 2004, 25).

L'histoire culturelle offre également un point de vue intéressant dans la perspective de notre travail, puisqu'elle estime notamment que le culturel est déterminé par le politique dans toutes ses formes, donc pas seulement dans sa forme institutionnelle, mais dans sa compréhension globale, y compris dans les multiples formes que peut prendre l'idéologie. Elle postule ainsi que la confrontation entre différents systèmes moraux et types d'imagerie peut s'avérer tout à fait pertinente pour mettre en lumière les mouvements et les contradictions qui façonnent une société donnée (Ory 2004).

2.2 DISCOURS TEXTUELS ET DISCOURS VISUELS

L'analyse de discours offre également de nombreux éléments pouvant participer à notre démarche d'analyse des discours visuels politiques sur la migration et l'identité nationale. Les travaux de Wodak seront notamment une source d'inspiration importante dans le cadre de notre travail. Tout comme elle, et 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 (Wodak 1999). 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. L'analyse de discours se veut donc, elle aussi, orientée sur une compréhension constructiviste du monde social. Elle estime effectivement que les discours sont des pratiques langagières et que « tout discours dans sa production, sa circulation, les effets qu'il produit à sa réception est analysable comme processus de transformation idéologique mettant en jeu des moyens déterminés par des règles de nature sociale » (Ebel and Fiala 1983, 154). Toute pratique ou production symbolique est ainsi perçue comme ayant un impact sur la réalité sociale des acteurs qui y sont mis en scène. Cette perspective aborde, par là même, des questions qui s'avèrent également fondamentales dans le cadre de notre analyse : quelles constructions de sens peut-on mettre en lumière ? quels sont leurs effets ? Il s'agit ici, entre autres, de comprendre les implications de ces représentations tant au niveau symbolique que concret et de mesurer les effets des catégorisations qui y sont créés.

Dans une logique semblable à celle de la construction de la réalité sociale, les discours sont ainsi compris comme des pratiques sociales. Cette perspective implique une relation dialectique entre des actes discursifs particuliers et les situations, institutions ou contextes sociaux qui modèlent et affectent les discours ; discours qui, à leur tour, influencent la réalité sociale et politique. En d'autres mots, les discours constituent une pratique sociale et sont, dans le même temps, constitués par celle-ci (Wodak 1999, 8).

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. Van Leeuwen et Wodak (1999) prennent ici l'exemple de la construction de l'identité nationale et de la définition de ses groupes exogènes (indigènes vs étrangers), de la justification, du refus, de la perpétuation ou de la reproduction d'un certain statu quo social pour illustrer ce propos.

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 (Reisigl and Wodak 2001). 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.

La sémiologie constitue l'analyse de « la production de la signification dans la forme signifiante que les sujets de la communication construisent et s'échangent, dans et par-delà la structure du message » (Boutaud 1998, 62). Pour Barthes (1957), le simple fait de « postuler une signification », c'est-à-dire, d'astreindre une intention à un acte de communication, constitue déjà, en lui-même, un recours à la sémiologie.

L'approche sémiologique appréhende ainsi le langage comme un ensemble de signes et se concentre sur l'effet de sens des images (Chateau 1997, 12) ou de tout autre acte de communication. La sémiologie est ainsi une science de l'analyse des signes, que ceux-ci soient verbaux, visuels ou d'une quelconque autre nature, et de leur signification dans le contexte social. Cette approche de la communication s'avère ici fondamentale, et nous considérerons nous-mêmes les discours politiques mis en image au sein des affiches politiques comme des signes dans leur compréhension sémiotique. Dans le cadre de notre travail, nous emprunterons ainsi certains éléments de la sémiologie visuelle, telle qu'elle a été définie par Barthes dans sa fameuse « Rhétorique de l'image » (Barthes 1964), notamment en ce qui concerne la définition de notre grille d'analyse¹² des affiches politiques. Dans le cadre de notre travail, ce recours à l'approche sémiologique se limite cependant presque exclusivement à l'utilisation de ses outils de décodages de l'image, ses postulats théoriques étant, selon nous, dépassés par les apports d'autres approches plus récentes.

La démarche d'interprétation de Guillemain et du groupe de recherche Luciole (1991), fondée sur des niveaux d'interprétation emboîtés, nous semble, dans ce contexte, particulièrement pertinente. « A un niveau sémiologique neutre, une première grille d'analyse permet de dégager des formes signifiantes et des rapports sociaux. A un second niveau, ces formes signifiantes et ces rapports sociaux exprimés dans l'affiche deviennent les signifiants d'un autre type de questionnements interprétatifs : les résultats sémiologiques sont repris comme éléments premiers d'une observation sociologique ». 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.

Malgré certaines lacunes, la sémiologie reste donc un instrument d'une grande richesse pour la théorie des images, puisqu'elle se présente elle-même comme une théorie de l'image (Böhme 1999, 10).

¹² Voir Annexe 1 : Éléments à prendre en compte dans la grille d'analyse

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 » (Eco and Esposito-Torrigiani 1972, 13 et 30). 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 le dit 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 (2012), 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 de plus en 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, nourris 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, par là même, qu'une construction de la sémiotique et cette vérité se voit donc définie au sein d'un groupe social particulier en fonction des valeurs et des croyances de ce groupe (Kress and van Leeuwen 2006).

La perspective sémiotique met également l'accent sur le concept de polysémie – concept qui s'avère, et nous l'avons déjà mentionné, d'importance fondamentale dans l'analyse de l'image – notamment lorsqu'elle estime qu'une même représentation peut parfois engendrer des significations très différentes, voire même contradictoires (Orgad 2012, 33). 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.

2.3 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 (1997a). Il estime ainsi que le langage – défini de manière générale et nous y incluons également le langage visuel – offre un accès à la compréhension de la manière dont la culture et les représentations fonctionnent. Hall (1997a) 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, former une connaissance et 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, interprétés et rendus visibles au sein des représentations, logiques, mentalités et émotions collectives, ainsi que de notre vision du monde (Schwelling 2004, 13). Cette perspective s'avère tout particulièrement intéressante dans le cadre de notre analyse des mythes et stéréotypes en jeu dans la communication politique. Nous n'irons ici cependant pas plus loin dans la présentation de cette approche théorique, puisqu'elle constitue pour nous essentiellement une perspective introductive aux *Visual studies* présentées plus en détail dans la suite de chapitre.

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, dont découlent des règles et des conventions spécifiques du processus de symbolisation. 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.

Le courant des *Visual studies* adopte, par conséquent, lui aussi une vision constructiviste des représentations symboliques et fait explicitement écho à la perspective de la construction de la réalité sociale de Berger et Luckmann. Il partage ainsi l'idée que la réalité sociale se construit par les discours qui sont, en retour, alimentés par le contexte idéologique dans lequel ils sont communiqués.

De manière générale, les *Visual studies* promeuvent l'interprétation des images sociales et de leur fonctionnement rhétorique, politique ou commercial. Elles ont notamment pour but fondamental d'interroger « les rapports de l'image et du pouvoir (pouvoir de l'image, mais aussi images du pouvoir), fréquemment associés aux méfaits du capitalisme, de l'impérialisme, du colonialisme, du sexisme ou du racisme ». Brunet (2005) rappelle ainsi que les fondements théoriques des *Visual studies* ne sont pas à chercher dans l'histoire ou la philosophie de l'art, mais bien dans les « grandes critiques européennes de la modernité, de l'Ecole de Francfort à la *French Theory* [...] ». Dans le Barthes de « La chambre claire » et de « Mythologies », le Foucault de « Surveiller et punir », Lyotard, Althusser, ... et les *Cultural Studies* (W.E.B Dubois, Frederic Jameson, Edward Saïd, entre autres) ».

La notion essentielle de *visual culture*, ou culture visuelle, est ainsi au centre de cette approche. Ce concept, dont les bases théoriques puisent leurs sources dans les travaux de Roland Barthes, Walter Benjamin, Michel Foucault et Jacques Lacan (Elkins 2003), 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 TV, internet, les applications sur smartphones, la mode, l'imagerie médicale et scientifique ou encore l'architecture et l'urbanisme, etc. L'étude de la culture visuelle, contrairement à l'histoire de l'art, s'intéresse donc bien à toutes les formes culturelles, qu'elles soient considérées comme populaires, tels les médias, et définies par le terme de « *low cultural forms* » ou comme plus élitistes, tels les beaux-arts, le design ou l'architecture, et définies, quant à elles, par le terme de « *high cultural forms* ». L'affiche fait ainsi, bien évidemment, partie des objets étudiés dans le cadre des *Visual studies*.

Les *Visual studies* estiment effectivement que notre expérience du monde est, de manière certaine, 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 (1999) 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.

La culture visuelle peut ainsi être comprise comme une approche sollicitée pour analyser les fonctions d'un monde édifié par les images et les visualisations plutôt qu'appréhendé au travers des textes et des mots. Il est également important de préciser que la culture visuelle se doit d'être comprise comme une approche qui privilégie une compréhension de la réalité dans un monde « transmédiatique ». Les *Visuals studies* correspondent effectivement 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.

Les *Visual studies* 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 postulats essentiels de cette approche réside dans le fait que les *Visual studies* visent à déconstruire l'opposition binaire entre le visuel et le textuel. Elles estiment ainsi effectivement que la majorité des médias sont des formes hybrides, mêlant textes, images et sons, plutôt que des formes pures de l'un ou l'autre de ces modes de communication particuliers. L'affiche en constitue un parfait exemple, puisqu'elle recourt presque toujours à une forme de communication hybride, mêlant texte et image, discours visuel et discours littéraire. En partant du principe que le système de signification visuel n'est pas uniquement constitué d'image, mais qu'il inclut également le texte, le graphisme, etc., le challenge est donc d'analyser la culture visuelle comme un système et non comme un état pur de la visualité. Afin de résumer cette compréhension des systèmes médiatiques, l'on peut ainsi dire que le visuel est toujours « contaminé » par des éléments non visuels plus ou moins abstraits tels que les idéologies, les textes, les discours, les croyances, nos expériences antérieures, notre degré de *visual literacy* (c'est-à-dire nos « compétences visuelles »), etc.

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.

Nous en revenons ainsi au fait que les *Visual studies* cherchent avant toutes choses à comprendre la manière dont les sociétés construisent leurs perspectives visuelles et partent donc du principe que chacune de ces images est construite, modelée, transformée et véhiculée dans le cadre de dynamiques d'importance sociale telles que le pouvoir social et les idéologies.

L'idéologie est ici à comprendre comme un éventail partagé de valeurs et de croyances au sein duquel les individus établissent des relations complètes à toute une variété de structures sociales. Les idéologies apparaissent souvent comme étant naturelles ou des aspects donnés de la vie de tous les jours. Elles sont cependant produites et affirmées au travers des institutions d'une société donnée, par le biais de la famille, de l'éducation ou des médias par

exemple. L'idéologie influe donc sur les représentations qui requièrent notamment les images (et le langage) pour créer du sens au sujet du monde qui nous entoure. Chacune d'entre elles développe et possède ainsi son propre système de représentations, doté de règles et conventions particulières et régissant l'ensemble des images et constructions sociales, politiques et culturelles qu'elle véhicule.

De la même manière qu'en tant que spectateur nous apprenons à décoder ces règles et conventions par le biais des institutions et de la culture au sein de laquelle nous grandissons, notre regard n'est jamais impartial, mais toujours construit. La distinction entre vision et visualité est donc ici fondamentale. La vision fait référence à ce que l'œil humain est physiologiquement capable de voir, alors que la visualité fait, quant à elle, référence à la vision construite culturellement. Nous rappellerons simplement ici que toutes les images nous proposent une certaine vision du monde, qu'elles rendent compte du monde en termes visuels et proposent leur propre compréhension de la réalité. Mais ces images ne sont pas et ne doivent jamais être considérées comme des fenêtres « transparentes » sur le monde, elles en sont une interprétation, une représentation subjective et instrumentalisée.

L'une des tâches cruciales des *Visual studies* est également de déterminer quels sont les effets sociaux de ces différentes visions. L'on se retrouve donc, à nouveau, ici face à la nécessité de comprendre les effets que les relations sociales peuvent engendrer, et ce par quoi elles sont reproduites, notamment en mettant l'accent sur leurs formes de visualité. 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'une des perspectives essentielles des *Cultural studies* qui ont, effectivement, développé 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 que nous analyserons dans la suite de notre travail.

Différentes recherches issues de l'approche des *Visual studies* et portant sur la question des figures de la représentation 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 lesquelles 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. Ce programme se situe ainsi totalement dans notre manière d'approcher les affiches politiques et leur influence sur nos perceptions de l'Autre.

2.4 LE PICTORIAL TURN

Le *Pictorial Turn* se situe dans le prolongement de ces différentes perspectives théoriques et est, avant tout, à comprendre comme un programme de recherche spécifique sur les images mais aussi, de manière générale, sur toutes les autres formes visuelles. Il se différencie sur de nombreux aspects des tentatives précédentes en la matière et ne doit, en aucun cas, en revenir aux formes traditionnelles de l'interprétation des images (Hofmann 2004, 314). Schématiquement, le *Pictorial Turn* se constitue au début des années 1990, sous l'impulsion de deux auteurs, W.J.T Mitchell et Gottfried Boehm. Si tous deux réclament effectivement, presque simultanément et sans connaître les revendications de l'autre, un changement de perspective dans leur recherche sur l'image, leur compréhension de cette démarche varie cependant sur plusieurs points. Comme le décrit extrêmement bien Stiegler (2008), « W.J.T. Mitchell et Gottfried Boehm exigèrent [...] des deux côtés de l'Atlantique une nouvelle orientation, un *Turn* supplémentaire de la vis théorique. [...] Cette nouvelle confrontation théorique avec les images, la visualité et la représentativité s'appuie également sur l'observation, aussi sobre que pertinente, selon laquelle les images jouent déjà un rôle central dans de nombreux domaines scientifiques, alors qu'elles n'entrent que peu à peu dans le champ de vision de l'attention théorique ».

Tant le *Pictorial Turn* revendiqué par Mitchell que l'*Iconic Turn* promulgué par Boehm se caractérisent ainsi par la volonté marquée de développer une approche scientifique de l'analyse de l'image allant au-delà de l'histoire de l'art classique, dépassant les frontières des formes d'art élitiste, s'attardant sur toutes les formes visuelles et remisant le clivage artificiel entre discours visuel et discours linguistique. Si la perspective de l'*Iconic Turn* et les travaux de Boehm constituent effectivement une inspiration importante, nous privilégions cependant clairement l'approche de Mitchell de par son intérêt marqué à placer l'analyse de l'image dans le cadre d'une réflexion sociale et politique beaucoup plus large. Mitchell et d'autres auteurs anglophones concèdent ainsi « au visuel surtout une force subversive et critique envers l'idéologie, [...] une force résolument sociale et politique », alors que Boehm

se concentre, quant à lui, avant tout « sur une expressivité et logique propres de l'image, recourant explicitement à la tradition herméneutique » (Stiegler 2008).

Le *Pictorial Turn* naît ainsi dans le contexte si particulier des années 1990 et c'est notamment dans son observation de phénomènes socioculturels spécifiques tels que la couverture médiatique de la Première Guerre du Golfe ou le succès populaire du film « Jurassic Park » que Mitchell trouve l'inspiration de ce changement de paradigme qu'il comprend avant tout comme un tournant caractéristique de la période postmoderne (Brunet 2005).

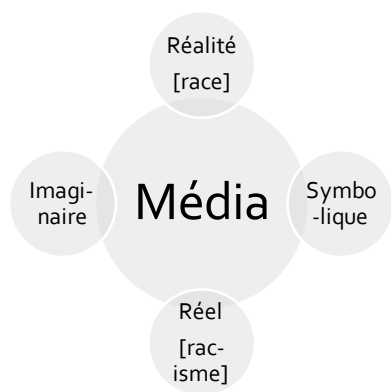
Dans le cadre de notre thématique de recherche, il semble clair que la perspective du *Pictorial Turn* constitue l'approche à privilégier, puisqu'elle nous permet d'enrichir notre analyse des affiches de propagande par une perspective élargie, prenant en compte les facteurs et effets sociaux et politiques de ces images. Par cette orientation, elle nous permet également de recourir aux apports théoriques des *Cultural studies* et d'étayer notre compréhension constructiviste de la réalité sociale.

W.J.T Mitchell déclare ainsi que les images qui nous entourent ne sont plus seulement des moteurs de la transformation de notre monde et de nos identités, mais qu'elles ont également de plus en plus fortement tendance à former celles-ci.

En résumé, les images jouent aujourd'hui un rôle de plus en plus important dans la construction de la réalité sociale. Selon l'auteur, « 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 Ardent » (Mitchell 2009, 224). 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 de notre programme de recherche. 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, son approche si particulière 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. Afin de comprendre le développement de ces nouvelles dynamiques, Mitchell (2012, 18) établit un schéma fortement inspiré des trois registres (réel, symbolique et imaginaire) définis par Lacan, auxquels il ajoute simplement le registre de la réalité. Cette perspective s'avère ainsi particulièrement intéressante dans le cadre de notre thématique de recherche et nous sera extrêmement utile au cours de notre analyse.

Nous rejoignons ainsi Mitchell dans sa réflexion fondamentale sur le destin politique des images. Réflexion que Brunet définit comme les « fils croisés de la théorie littéraire, de la philosophie du langage, de la théorie et de l'histoire de l'art, ou encore de la critique foucauldienne [qui] ne conduisent jamais à une doctrine, mais bien plutôt au refus de tout corpus intangible de "méthodes" et à une pratique théorique "dé-disciplinaire" ». Le programme de recherche de Mitchell constitue ainsi une « pratique extraordinairement agile de reconnaissance et de décryptage de l'activité des représentations » et de « dé-disciplinage des divisions entre culture visuelle et culture verbale » (Brunet 2005, 86; 87; 88). Influencé par Foucault, Mitchell se considère cependant avant tout comme un héritier de la théorie de l'iconologie critique développée par Panofsky, qu'il considère non seulement comme un utilisateur rigoureux d'une méthode d'analyse de l'image orientée sur le texte, mais également comme un « prophète » de la recherche actuelle sur la culture visuelle, puisqu'il fut tout autant capable de rédiger un épais ouvrage sur les peintres primitifs néerlandais qu'une étude sur le cinéma ou la calandre d'une Rolls Royce.

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 (Fleckner, Warnke, and Ziegler 2011). 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 (Hofmann 2004, 316).

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 (Schwelling 2004, 17). 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 (Müller 2004, 335). 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, elles constituent 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.

Le recours à une démarche analytique de type iconographique permet, entre autres, également d'« établir que les images politiques du XX^e siècle ne sont pas des images par défaut, mais les agents d'un processus de constitution autonome, analogue à celui des autres formes visuelles » (Gunthert 2001). 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 Edelmann qui, en 1985, fut l'un des premiers à argumenter sur l'importance de la dimension symbolique de l'action politique (Berezin 1997). 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 » (2004, 309), c'est-à-dire d'une focalisation non plus sur les logos des partis, mais bien sûr (les) l'image(s) qu'ils véhiculent.

3 IMAGES DE LA POLITIQUE ET POLITIQUE DE L'IMAGE

3.1 COMMUNICATION, CAMPAGNE ET AFFICHE POLITIQUES

La communication constitue une composante essentielle de la représentation politique. Sans elle, la(les) politique(s) ne peut(en)t tout simplement pas exister. Elle est le moyen de légitimation essentiel de celle(ceux)-ci. Son importance est allée grandissant au cours des siècles derniers et s'est essentiellement imposée à partir de la fin du XIXe 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 (Schnapp 2005) et la naissance des nationalismes modernes. Cette transformation de la mécanique politique marqua l'apparition de nouveaux symboles, mythes et *invented traditions* (Hobsbawm 2006) et la création de nouveaux objets politiques tels que le culte des drapeaux nationaux ou régionaux, la création d'acronyme 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 (Schnapp 2005). 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.

Nous définissons ainsi la communication politique comme l'ensemble des moyens médiatiques par lesquels un parti ou une organisation politique tente de transmettre ses idées à un public donné, c'est-à-dire aux électeurs et aux votants potentiels. Elle regroupe ainsi toutes les stratégies de transmission de messages par le biais d'un large éventail d'outils tels que les journaux de parti, sites web et réseaux sociaux, meetings, tracts, flyers, apparitions télévisées et radiophoniques, etc. ainsi que, bien sûr, les affiches de propagande.

Notre compréhension de la communication politique implique, avant tout, le fait qu'elle correspond pour nous à une technique marketing, un moyen pour les partis et organisations politiques de « vendre » leurs idées et leurs candidats aux membres d'une population donnée. Il nous semble cependant important de préciser que, contrairement au marketing commercial, la communication politique doit impérativement être « rapportée à la notion de pouvoir : non seulement en ce qu'elle constitue elle-même une relation fondamentalement déséquilibrée, mais en ce que sa substance et ses formes sont profondément travaillées par

la nature et l'intensité de la relation de pouvoir qu'entretiennent émetteurs et destinataires à l'extérieur du discours » (Guillemin and Luciole 1991, 16).

La notion de communication politique recouvre, selon notre perspective, 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. Nous souhaitons ainsi nous distancier de la tendance fréquente d'assimiler la propagande essentiellement aux systèmes politiques dictatoriaux ou autoritaires. Elle ne constitue pour nous qu'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 (Ellul 1961 [1990]). Même si l'histoire de la propagande est effectivement intimement liée au parcours de personnages tels qu'Adolph Hitler, notamment de par l'influence de son ministre à l'Education 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 (Welch 2006), 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, complémentaires à l'influence de médias et des discours scientifiques sur le débat public. Cela même si elle établit intrinsèquement, et 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 (1961 [1990]) 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 tel. 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.

3.2 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.

Par conséquent, selon Gourévitch (1986, 6), vouloir « explorer l'imagerie politique, c'est partir en Afrique avec un couteau suisse. Chacun en a une idée, peu savent s'y reconnaître et personne ne dispose du matériel approprié ». Nous nous retrouvons 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 » (Gourévitch 1998, 35) et marque la première prise de conscience de la nécessité d'influencer les représentations du conflit et la nécessité de marquer et jouer sur la mémoire collective des citoyens. Bonnell (1999) 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 » (Buton 2006). 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 ». A cette époque, cette forme de la communication politique s'impose dans la construction d'une rhétorique picturale de la rivalité (Baker 1990, 25), 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 dans la définition de notre programme de recherche, puisque nous pensons, tout comme (Baker 1990), 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. » Dans notre perspective, 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.

« Comme tout art, [l'image politique] fait appel à des artistes et elle emprunte, explicitement ou non, des signes aux autres modes d'expression et aux configurations culturelles de la société dans laquelle elle s'épanouit » (Gourévitch 1980, 7). Cette compréhension de l'iconographie de propagande fait ainsi écho aux concepts de cross-médiation et de culture visuelle globale propres aux *Visual studies*. 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. Elle a contribué à transformer un système de promotion des politiques en un système d'expression du politique et à faire du manifeste politique un objet de culture » (Gourévitch 1998, 148). 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 » (Windisch 2002). Celui qui saurait 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 (Fleckner, Warnke, and Ziegler 2011). 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 « personnification visuelle » (Fleckner, Warnke, and Ziegler 2011), 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 personnification 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'icône du mouvement et dont la présence suffit à faire référence à une tradition idéologique particulière¹³.

3.3 FAIRE CAMPAGNE

La manière dont les partis et organisations politiques planifient et implémentent leurs campagnes de communication constitue un champ de la recherche sociologique qui a subi des développements importants au cours des dernières années (Farrell 2006). Nous ne nous attardons ici que très peu sur ce champ de recherche et ne prétendons nullement réaliser une étude approfondie de cette thématique ou donner des informations exhaustives à ce sujet, mais pensons qu'il est cependant important d'apporter quelques précisions sur ce sujet ; précisions qui contribuent à modeler notre réflexion.

Comme mentionné en introduction, le contexte politique actuel se caractérise par le développement de démocraties médiatiques ; développement qui s'opère en parallèle à une professionnalisation des activités liées à la mise en place des campagnes politiques. Alors qu'en Suisse¹⁴, 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

¹³ Voir à ce propos, notamment les Figure 55 et Figure 86 présentées aux chapitres 5.3 et 5.5 de ce travail

¹⁴ 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.

la conduite et la mise en place des campagnes engendre de nouvelles implications dans l'influence que celles-ci peuvent avoir sur les votants (Farrell 2006, 41). Ce processus de professionnalisation implique effectivement 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, 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 décroisement des discours partisans de l'appauvrissement idéologique de la communication politique dont il est parlé plus haut et dont Newmann (1999, 38) 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 d'argent 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 (Forchtner, Krzyzanowski, and Wodak 2013, 209). 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 (Farrell 2006, 180) ; 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 média comme la TV. Ainsi les médias jouent (consciemment ou non) un rôle d'amplificateur du discours populiste, et lui procure un avantage persuasif sur d'autres catégories de discours plus "substantiels" » (Marquis 2006, 196).

Selon Marquis (2006, 85), les effets d'une campagne se mesurent effectivement selon deux composantes fondamentales :

- le degré de couverture médiatique des enjeux soumis au peuple
- le positionnement des différents acteurs impliqués dans le débat au sujet de ces enjeux

L'impact d'une campagne serait alors le plus élevé lorsque l'objet bénéficie d'une forte couverture médiatique et que l'antagonisme entre 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 (Marquis, 2006) 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, à l'opposé, par exemple, des élections qui ne constituent finalement qu'un simple processus de sélection de candidats. Face à la diversité des propositions soumises à l'approbation du peuple, les citoyens se doivent alors 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 (2006, 26) part ainsi du principe qu'il existe très certainement un degré de volatilité et d'incertitude plus élevé dans le cadre des scrutins populaires que 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 (Vatter 2014) 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 (Maire 2013). Ce processus pousse également les différents acteurs impliqués dans le débat à se focaliser sur les enjeux pour lesquels ils ont une position dominante (Marquis 2006, 234) et à délaisser 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 (Gilland Lutz and Marquis 2006) 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 une simplification des arguments énoncés.

3.4 DÉLIMITATION DE QUELQUES CONCEPTS ET NOTIONS CLÉS

3.4.1 IDÉOLOGIE

Le concept d'idéologie comprend les différentes manières dont le sens, les significations sont mobilisés afin de maintenir des relations de domination (Thompson 1984, 5). Afin de réaliser ce programme, l'idéologie opère par la production, le maintien et la légitimation du sens

commun. Elle mobilise ainsi les croyances tenues pour acquises, les vérités évidentes, etc. qui sont souvent acceptées sans critique ni remise en question (Orgad 2012).

Dans le cadre de notre travail, l'idéologie est ainsi à comprendre comme un éventail de valeurs, de croyances, de « vérités » partagées par le biais desquelles les individus appréhendent le monde social et établissent une série de relations complètes à différentes structures sociales. Les idéologies sont souvent comprises comme étant naturelles, faisant partie du sens commun ou des aspects donnés de la vie de tous les jours. Elles sont, en quelque sorte, des organisations d'idées reçues (Aron 1978). Il est cependant essentiel de garder à l'esprit que les idéologies sont produites et affirmées au travers des institutions d'une société donnée (par le biais de la famille, de l'éducation, des médias, etc.).

Ellul (1961 [1990], 134-135) établit une différenciation importante entre le mythe et l'idéologie, différenciation qu'il nous semble essentiel de présenter brièvement ici :

- 1) Le mythe s'enracine plus profondément chez les individus, il est plus permanent et « fournit à l'homme une image fondamentale de sa condition et du monde ».
- 2) Le mythe est moins doctrinal que l'idéologie. Alors que l'idéologie constitue simplement une forme d'organisation des idées, le mythe est, quant à lui, plus diffus et la part d'émotivité, d'affect et de sacralisation qui lui est rattachée est nettement plus importante. En d'autres termes, le mythe transcende l'idéologie.
- 3) Le mythe a un potentiel de déclenchement d'action chez l'individu nettement plus élevé que l'idéologie, qui s'avère plus passive.

Ces deux notions partagent cependant la caractéristique d'être des phénomènes d'ordre collectif et le fait que leur force potentielle de persuasion repose essentiellement sur l'intensité de l'adhésion collective à leurs concepts.

Nous rejoignons également Véron (1978, 15) lorsqu'il estime que l'idéologie est une grammaire de production, c'est-à-dire qu'elle définit un mode, une forme de communication particulière et les contours des messages qu'elle produit.

3.4.2 MYTHE

La sémiologie constitue une discipline qui s'avère être essentielle dans notre compréhension de la notion de mythe, notamment parce qu'elle considère la mythologie comme faisant à la fois partie de sa discipline comme science formelle et de l'idéologie comme science historique. Elle vise, par là même, à étudier les « idées-en-forme ». Barthes définit ainsi le mythe comme un système de communication à lui tout seul. Il est un message en tant que tel et peut effectivement se manifester à la fois comme une forme symbolique et/ou un mode

de signification. Selon l'auteur, « le mythe est un système particulier en ceci qu'il s'édifie à partir d'une chaîne sémiologique qui existe avant lui: c'est un système sémiologique second » (Barthes 1957, 43). Lorsque l'on recourt au mythe, on convoque d'emblée un ensemble de significations préétablies. Ces significations sont cependant facilement adaptables et grandement malléables, en fonction de la stratégie argumentative et de l'idéologie de l'énonciateur du message. Pour Barthes, « il n'y a aucune fixité dans les concepts mythiques, ils peuvent se faire, s'altérer, se défaire, disparaître complètement » (1957, 193).

Mitchell (2012, 22) va plus loin dans sa perspective critique, lorsqu'il estime notamment que le mythe n'est pas simplement une fausse croyance, mais constitue une erreur épistémologique. Il s'agit ainsi, selon lui, d'un récit puissant qui perdure au-delà des générations et est sujet à un travail constant de réinterprétation et de reconstitution dans de nouvelles situations historiques.

Pour Tchakhotine (1988, 202), le mythe emploie toujours des « symboles qui font revivre sans difficultés des états d'âme qui soutiennent dans les défaillances. Ces symboles prennent parfois la forme de rites, d'actions réelles symboliques [...] ».

En matière de politique, le mythe est la sanction ultime du pouvoir. Il est un moyen redoutablement efficace d'établir sa légitimité ou, au contraire, de remettre en cause celle de ses adversaires. Il permet également à la politique, et à sa rhétorique en particulier, de résister aux changements et à l'évolution du contexte sociétal, de maintenir un système de croyances cohérent à travers le temps (Reszler 1986, Walker, Thierstein, and Betz 1999), bref, de réduire le risque de dissonance cognitive potentiellement lié aux bouleversements sociaux.

De manière générale, « une idée devient [...] mythologique, lorsqu'elle est proposée à l'adhésion des masses, lorsqu'elle fait appel à l'imagination et non plus au jugement. On parlera de mythe dès que l'idée [...] est devenue une force sociale ; peu importe, dès lors, qu'elle soit basse ou sublime, vraie ou fausse, absurde ou profonde. Le terme de mythe s'applique aux idées dont on envisage l'efficacité et non plus la valeur intrinsèque » (Aron 1978).

3.4.3 SYMBOLE POLITIQUE

Le symbole politique est à comprendre comme « une image simple mais surchargée de sens qui, par une correspondance analogique, naturelle ou culturelle, évoque une autorité, des principes, des valeurs ». Le symbole politique opère ainsi à trois niveaux :

- 1) dans sa capacité à structurer les enjeux de société et, par conséquent, à offrir des points d'ancrage et de ralliement

- 2) dans sa capacité à conférer une légitimité ou une non-légitimité aux pouvoirs qui s'exercent au sein d'une société donnée
- 3) et finalement dans sa capacité de levier pour mobiliser des soutiens ou des ressources (Mercier, 2006).

L'image que déploie un parti permet ainsi la transmission de différents messages. Elle contribue à la construction de relations de signification, à la mobilisation des affects et au développement de discours politiques et sociaux.

Pour être efficace, la politique symbolique nécessite donc non seulement qu'une organisation politique soit capable d'élaborer et diffuser son propre univers symbolique, mais également qu'elle soit apte à récupérer et utiliser à bon escient les autres symboles circulant au sein de la sphère publique (Fleckner, Warnke, and Ziegler 2011). Un parti se doit d'être en résonance avec l'univers culturel de référence des votants potentiels auxquels il s'adresse.

3.4.4 STÉRÉOTYPE

Les stéréotypes sont ici perçus comme des fantasmes, un substitut et une ombre de l'autre et étant l'une des principales stratégies discursives visant à s'assurer que les différences entre les gens sont reconnues (Riggins 1997), identifiées et intériorisées. Ils ont ainsi pour fonction principale de maintenir un certain ordre social et d'établir une frontière symbolique (Hall 1997b, 258) entre ce que l'on considère, au sein d'une société donnée, comme étant normal ou déviant, normal ou pathologique, acceptable ou inacceptable, ce qui nous appartient ou relève de l'altérité, les « insiders » ou les « outsiders », eux ou nous, etc. Les stéréotypes jouent ainsi un rôle essentiel dans l'identification et nos représentations collectives. Ils constituent effectivement des éléments constructifs dans notre rapport au soi et à l'autre et sont un facteur de cohésion sociale (Graf 2004, 47) et servent comme un instrument pour l'établissement des catégorisations mentales. En résumé, le processus de « stéréotypification » vise à réduire, essentialiser, naturaliser et fixer la différence (Hall and Koivisto 2004).

La notion de stéréotype permet ainsi de cerner « les représentations que les groupes sociaux ont des uns et des autres et qui jouent un rôle dans les interactions entre ces groupes et [...] de montrer comment ces représentations collectives conditionnent notre perception et notre interprétation du réel » (Capt, Jacquin, and Pahud 2010).

Dans le contexte médiatique actuel, le stéréotype ne se limite plus à être uniquement un élément de contenu, mais semble également devenir un élément de forme en tant que tel. « Le sens figuré du stéréotype disparaît dans des fragments de représentation éclatés. [...] Le

discours visuel semble tenir toujours plus tenir son efficacité non de la mimesis à chaque fois contrariée, mais de l'indice, de la trace sensible, phénoménale, immédiatement perceptible, organique et antérieure à la coupure sémiotique du symbole » (Boutaud 1998). Cette intensification de l'importance formelle du stéréotype permet, entre autres, de mieux comprendre pourquoi certains éléments iconographiques bien établis sont parfois utilisés et repris de manière identique par de nombreuses formations politiques, cela quelle que soit leur orientation idéologique. Le stéréotype se détache ainsi parfois totalement de tout contenu signifiant clairement défini et peut ainsi prendre une signification multiple au gré de son contexte d'occurrence. Le stéréotype devient alors simplement un signe, une trace visuelle permettant d'attirer immédiatement le regard, de synthétiser l'attention du spectateur et de faciliter la compréhension du message. Dans le paysage politique contemporain, on observe ainsi parfois un décroisement idéologique de l'image-stéréotype qui peut ainsi être réinterprété indéfiniment, sans que sa composition formelle n'évolue pour autant.

3.4.5 NATION, NATIONALISME ET IDENTITÉ NATIONALE¹⁵

En ligne avec notre compréhension théorique du monde social, nous considérons les nations comme des constructions. Elles participent à l'idée d'un imaginaire d'une communauté de gens se considérant comme culturellement homogène et dont l'existence dépend d'une innovation idéologique constante (Gingrich and Banks 2006, 94) et de la reproduction de son identité. Le concept de nation repose ainsi sur un certain ordre culturel (Zimmer 1998), composé d'idiomes tels les valeurs, croyances, mythes et symboles perçus comme représentatifs de l'identité nationale. En Suisse, la notion de culture homogène doit être nuancée et plutôt comprise comme une forme de culture politique et de projet civil commun autour desquels une certaine « race alpine » communie

En écho à cette définition, le nationalisme est constitué par les gestes, actions et arguments se basant sur l'idée que les membres de cette communauté se doivent de bénéficier de droits particuliers et de certains privilèges à l'intérieur de l'Etat dont il est question (Gingrich and Banks 2006, 92). Dans le même ordre d'idée, les personnes ne faisant pas partie de cette communauté peuvent se voir alors refuser l'accès à ces droits. Le nationalisme induit ainsi l'idée de préférence nationale. Il repose également sur une forme idéalisée de la communauté qu'il prétend défendre. En résumé, tout nationalisme est un constructivisme (Komur and Celle 2010).

¹⁵ Voir également à ce propos les chapitres 4.2 La construction des identités nationales et 4.2.1 Le cas helvétique. Le cas helvétique

Notre définition de l'identité nationale se fonde sur la définition établie par Noiriel (2007, 14) qui explique que la plupart des définitions de l'identité nationale mobilisent deux critères essentiels : la « mêmété » et l'« ipséité ». Dans cette perspective, « une nation existe parce que ses membres possèdent des caractéristiques qui permettent de les distinguer des représentations des autres nations. L'« ipséité » désigne la conscience de soi. Les membres d'une même nation doivent donc revendiquer une même origine et faire état d'une permanence à travers l'histoire ».

Deux éléments sont donc fondamentaux dans notre compréhension de l'identité nationale : le fait que les parties prenantes de cette identité partagent différents éléments fédérateurs et qu'ils se reconnaissent autour de ceux-ci. Ces éléments fédérateurs sont partagés collectivement et internalisés par le biais de la socialisation (c'est-à-dire par le biais de l'éducation, de la politique, des médias, du sport et des pratiques quotidiennes) (Wodak 1999, 4). Si une certaine continuité historique est effectivement nécessaire dans cette compréhension de l'identité nationale, nous tenons cependant à nuancer le concept de « permanence à travers l'histoire ». Les identités nationales se fondent bien évidemment sur des récits et faits historiques plus ou moins tangibles, mais leur définition n'est en aucun cas permanente, les identités, comme toute construction sociale, étant constamment renégociées.

Il n'existe ainsi pas une seule identité nationale, mais un ensemble d'identités nationales, construites discursivement (Wodak 1999), tant dans l'image que le texte, et adaptables, malléables et corvéables à merci selon le public visé, la thématique abordée, le contexte de diffusion, etc. Les identités nationales ne sont donc pas immuables et gravées dans la roche, mais fragiles, parfois ambivalentes et diffuses.

3.4.6 PROCESSUS DE PERSUASION POLITIQUE

Miller définit quatre types de processus de persuasion susceptibles de jouer un rôle de catalyseur de réaction (Enel 1971, 104) :

- le levier d'adhésion : fait régulièrement appel à des notions mythiques et idéalisées telles que celles de la liberté, de la patrie, de l'honneur, de la justice ou, dans la culture politique helvétique, de la neutralité, de l'indépendance et du fédéralisme. Par ce procédé, l'énonciateur du message cherche alors à associer une connotation positive à une personne ou une idée et à la faire admettre aux récepteurs du message. Il s'agit de convaincre les votants de la validité, voire de la nécessité, d'accepter la proposition « vendue » par le parti.

- le levier de rejet : fonctionne, quant à lui, sur le recours à des figures mythiques qui sont, cette fois, fortement dévalorisées. Il exploite ainsi des concepts tels que ceux de la mort, du déshonneur, de l'injustice, du blasphème, de l'illégalité ou de la perversion. Cette construction rhétorique vise notamment à dénoncer les effets potentiellement dévastateurs d'une proposition adverse ou à dénigrer un adversaire politique et/ou son programme. Le récepteur associera ces mythes péjoratifs avec les adversaires du parti ou de la cause présentée et verra alors l'émetteur de message ou sa proposition comme la solution pour lutter contre l'établissement de ces conceptions négatives.

L'utilisation de la menace constitue un excellent exemple de ce recours au levier de rejet. Ce processus argumentatif consiste à brandir le spectre de la crise économique, du chômage, de la perte de la souveraineté populaire, de la dissolution de l'identité nationale, de la création d'injustice ou de la perte d'acquis sociaux et à ainsi susciter un climat de peur et d'insécurité chez le citoyen. L'émetteur du message tend alors à se présenter comme l'unique solution pour contrer cette menace et rétablir un climat plus serein.

- l'autorité du témoignage : fait appel aux « leçons de l'histoire ». Il met ainsi en parallèle un phénomène ou événement actuel avec un événement particulièrement glorieux ou, au contraire, particulièrement tragique du passé. Les figures prises par cette autorité charismatique peuvent être particulièrement variées, selon notamment l'orientation idéologique de l'émetteur (Karl Marx, Adolph Hitler, le Général Guisan, Che Guevara, Ghandi, etc.).
- le levier de conformisme : repose, quant à lui, sur des notions rassembleuses telles que celles de la solidarité, de la fraternité, de la cause commune, du destin spécifique d'une nation ou de la préférence nationale. La puissance des pressions au conformisme est importante puisqu'elle permet de répondre au besoin d'appartenance collective des individus.

La Critical Discourse Analysis (Wodak 1999), qui se distingue notamment par sa définition du discours comme une pratique sociale, distingue, quant à elle, quatre types de microstratégies discursives :

- stratégie constructive : correspond aux actes linguistiques qui visent à construire et établir des groupes particuliers (les étrangers, la population locale, les bons ou les mauvais citoyens, etc.). Cette stratégie est notamment fréquemment utilisée dans le cadre de l'établissement d'identités « opposées » (nous vs eux, les élites vs le peuple, etc.) et l'établissement d'une représentation dichotomique de la société.

- stratégie de perpétuation et de justification : comprend toutes les tentatives de maintien, soutien et reproduction d'identités établies telles que, par exemple, l'identité nationale. Dans le cadre des discours politiques construits sur la question de la migration, Van Leeuwen et Wodak (1999) cite notamment la stratégie discursive visant à présenter la sacro-sainte identité nationale comme étant sous la menace de l'immigration étrangère, par le recours à des formulations du type « les immigrés rencontrent des difficultés à s'adapter aux coutumes, aux traditions, aux modes de vie ou à la culture de leur pays d'accueil ». Le parti émetteur du message tend alors à se présenter comme le garant de la préservation de l'identité menacée.
- stratégie de transformation : tend à transformer une situation relativement bien établie en une situation différente ou à transformer l'image que l'on se fait de celle-ci.
- stratégie destructive : définit les stratégies de destruction du statu quo souvent présentes dans les discours des organisations politiques d'opposition.

Chacune de ces stratégies argumentatives et processus de persuasion concourt à orienter les représentations et les opinions des votants, les poussant vers « le propos majeur de la rhétorique politique : [...] l'appropriation du oui (rhétorique de l'adhésion) ou du non (rhétorique du rejet) » (Gourévitch 1980, 29), c'est-à-dire le refus ou l'acceptation d'une proposition politique selon les recommandations de l'émetteur du message.

3.4.6.1 Processus de catégorisation

Les mises en place de catégories clairement définies et rapidement identifiables s'avèrent particulièrement efficaces dans le domaine du politique. L'établissement d'un processus de catégorisation est extrêmement utile lorsqu'il s'agit de modeler, transformer ou renforcer des croyances, opinions, enthousiasmes, peurs et antagonismes politiques (Edelman 1995, 111) ; notamment lorsque les catégorisations établies réussissent à se faire passer comme étant naturellement établies, issues du bon sens populaire, purement descriptives et n'émanant donc pas d'une quelconque volonté d'instrumentalisation.

3.4.6.2 Mythopoesis

La mythopoesis (Van Leeuwen and Wodak 1999, 110) décrit la mise en place d'un processus de légitimation obtenu par le fait de raconter une histoire. Le récit d'histoires constitue effectivement l'une des stratégies les plus importantes et les plus fréquemment utilisées au sein des discours antisémites et racistes disséminés dans des contextes non officiels. Une histoire particulière ou un événement isolé sont ainsi présentés comme symptomatiques ou preuve d'une norme générale de comportement.

Ce processus de persuasion n'est pas sans rappeler celui décrit par Morin dans son analyse de la « Rumeur d'Orléans » en 1969.

Dans le contexte helvétique actuel, ce procédé a notamment été exploité par l'UDC dans le cadre de sa campagne de récolte de signatures en faveur de l'initiative « contre l'immigration de masse ». En 2011, le parti avait effectivement publié dans la presse une annonce titrée « Des Kosovars poignent un Suisse » [Figure 115, p.241] et relatant un événement tragique au cours duquel un lutteur avait été grièvement blessé par un Kosovar. Deux cadres de l'UDC ayant fortement contribué à la diffusion de cette annonce ont ainsi été condamnés en 2015 pour discrimination raciale, le Tribunal de Berne ayant estimé que son titre (dans sa version alémanique « *Kosovaren schlitzten Schweizer auf!* », c'est-à-dire « Les Kosovars poignent les Suisses ») constituait une « généralisation inadmissible et indifférenciée » et avait indéniablement contribué à entretenir un climat hostile envers cette population, notamment dans le contexte de l'implémentation de l'initiative sur le renvoi des étrangers criminels et la votation sur l'initiative contre l'immigration de masse. La réponse formulée par l'UDC illustre parfaitement ce processus de mythopoesis, puisque le parti se justifie dans les termes suivants dans un communiqué diffusé à la suite de cette condamnation : « Il semble qu'il ne soit plus permis de décrire un événement réel tel qu'il s'est produit ». Il estime également que « ce jugement inquiétant est une atteinte grave à la liberté d'opinion et d'expression en Suisse » (UDC 2015).

3.5 L'OBJET-AFFICHE : MISE EN PERSPECTIVE ET RÉFLEXION QUANT À SES SPÉCIFICITÉS CONCEPTUELLES

L'affiche constitue un objet de recherche singulier dont il s'agit ici de contextualiser les spécificités dans divers lieux d'apparition. Nous partons globalement du principe que l'affiche est à la fois sujet et objet, action et réaction (Thalmann and Herzog 2009, 28) et qu'elle est autant déterminée par la culture visuelle de son contexte d'émergence qu'elle contribue à l'influencer. Ce postulat de base est également présent dans les travaux de Guillemain et al. (Guillemain and Luciole 1991, 51) qui estiment notamment que l'affiche « n'est pas simplement le reflet d'un ordre social et de valeurs culturelles préétablis, mais un lieu où ce social et ces valeurs se réactualisent, se remettent en jeu et se (re)construisent de telle sorte, que dans la communication se forgent de nouvelles réalités, de nouveaux types de rapports ». Une nouvelle fois, cette perspective concourt vers une compréhension constructiviste de la réalité sociale et souligne le rôle des images comme moteur et révélateur de ces représentations sociales et politiques.

Partant, il est clair que le développement de l'affiche ne peut se résumer à une histoire de son évolution technique et qu'il s'agit avant tout d'une histoire des changements sociaux (Arnold 2007). L'affiche en tant que telle est effectivement devenue à elle seule « un élément du mécanisme social, un mode de communication de masse, créé pour servir d'auxiliaire à un système institutionnel quelconque » (Moles 1970, 17). L'histoire et le parcours de l'affiche, notamment de propagande, est ainsi un récit qui traverse tant le domaine artistique et politique que celui de la libération et de la création de l'identité nationale. Elle peut ainsi tant relever d'une entreprise rhétorique vide de sens visant simplement à véhiculer et faire connaître un slogan que devenir une arme de la critique et des résistances (Aulich and Sylvestrova 2000). C'est précisément cette nature diversifiée, variable et protéiforme qui nous pousse à esquisser les quelques points de réflexion présentés ci-dessous.

3.5.1 L'AFFICHE EN TANT QU'OBJET D'ART ET DE CRÉATION

La relation qui unit l'artiste à l'affiche, l'affiche politique d'autant plus, est complexe et fluctue selon l'univers artistique du moment. Elle est le lieu constant d'un jeu oscillant entre fascination et répulsion. Cette double dialectique s'incarne notamment dans le caractère commercial de ce médium, qui pousse parfois les artistes-peintres à la considérer comme une forme médiocre de création et comme un simple travail alimentaire. Le grand affichiste Cassandre exprime, lui-même, ce discrédit : « La peinture est un but en soi, l'affiche n'est qu'un moyen de communication entre le commerçant et le public, quelque chose comme le télégraphiste ; il n'émet pas de messages, il le transmet ; on lui demande seulement d'établir une communication claire, puissante et précise » (Giroud 2001).

Cette relation est fortement influencée par le contexte global qui entoure la production et par la perception qu'il engendre de la création et de l'art en général. La révolution industrielle joue, entre autres, un rôle d'envergure dans le développement de la communication par l'affiche. La production et la diffusion de nouveaux produits de consommation nécessitent effectivement l'utilisation de moyens de promotion diversifiés pour la publicité et entraînent une forte sollicitation de ce médium. Le contexte artistique, plus particulièrement, a un impact prédominant sur ces dimensions. Ainsi, suivant les époques, l'affiche n'est plus seulement considérée comme une forme d'expression artistique parasite, mais comme le lieu d'une réelle communication, d'une réelle transmission d'un message esthétique. C'est notamment le cas durant les années d'avènement de mouvement tels que l'Art nouveau et le Bauhaus. La conception idéologique de ces deux courants, pourtant esthétiquement si dissemblables, se rejoint dans sa définition de l'œuvre d'art totale et de sa relation à la société. Les thèses de Ruskin et de Gropius valorisent effectivement la création artistique

sous toutes ses formes : de la peinture à l'architecture en passant par la joaillerie et, bien sûr, l'affiche. Dans cette situation, le travail de l'affiche est ainsi revalorisé.

Le monde de la création artistique contemporaine s'est également affranchi de cette vision péjorative de l'affiche. Il est clair que les nouvelles formes de l'expression esthétique remodelent, de façon globale, la relation qui lie l'artiste à l'affiche. Le recours à la vidéo, à l'informatique, le Land art, les installations ou les performances notamment, permettent de repenser totalement le rapport à la picturalité et ouvrent de nouvelles perspectives. Depuis le renouveau des années 1970 et 1980, les créateurs n'ont plus aucun tabou vis-à-vis de l'œuvre-affiche. Il la considère comme un « domaine de l'art pleinement intégré à leur activité sans se poser les interrogations de leurs prédécesseurs » (Giroud 2001).

Deux éléments semblent essentiels dans la relation qui unit, et parfois oppose, l'art pictural et l'art de l'affiche : le contexte esthétique et le contexte de production. Du point de vue esthétique, on peut notamment mentionner la quasi-instantanéité de la réponse de l'affiche aux stimuli des avant-gardes. L'influence de l'Art nouveau, du futurisme, du cubisme, du dadaïsme, du Bauhaus, du constructivisme ou du Pop art est immédiate sur la production de ce médium. Dans certaines circonstances, l'affiche se pose même en tant que moteur de l'innovation artistique, comme, par exemple, dans le cas de la Neue Grafik et de la Neue Sachlichkeit qui naissent en Suisse durant la seconde moitié des années 1930. Le contexte de production est également symptomatique de la perception qualitative de l'affiche. Ainsi, si durant la fin du XIXe siècle et le début du XXe siècle les artistes s'insèrent durablement dans le paysage de la création de l'affiche (avec Toulouse-Lautrec et Bonnard en France ou Hodler et Steinlen en Suisse), leur rôle est profondément modifié après la Première Guerre mondiale. On assiste, alors, effectivement au développement d'agences spécialisées dans la communication commerciale. Une nouvelle espèce de créateurs entre ainsi dans la course : les graphistes. La création de l'affiche change alors de statut. Les artistes faisaient évoluer l'affiche dans le monde des Beaux-Arts, les graphistes l'insèrent dans le monde professionnel. Tout un changement de paradigme. Alors que l'affiche avait acquis une certaine qualité dans son esthétique, ce renversement engendre un nouveau focus sur le rôle de l'efficacité publicitaire, et cela, dans un premier temps, au détriment de son développement artistique. Mais, en définitive, nombreux sont les artistes d'envergure qui se sont « frottés » à la création d'affiche : Picasso, Miró, Matisse, Vasarely, etc. Ce qui témoigne indéniablement de la richesse et, par là même, des potentiels chefs-d'œuvre de ce médium.

Historiquement, Jules Chéret fut le pionnier, le père fondateur de l'affiche moderne. Il fut le premier à accorder un réel souci à la composition et au style de l'affiche. Son influence sur le paysage artistique français de la seconde moitié du XIXe siècle est remarquable. Son travail

de qualité et de valorisation du médium affiche en tant qu'œuvre de création encouragea, notamment, des peintres de renom tels que Pierre Bonnard ou Henri de Toulouse-Lautrec à s'orienter vers la lithographie. « L'affiche, art mineur, trouve ses lettres de noblesse avec Toulouse-Lautrec. Elle est presque aussitôt adoptée par le domaine politique, à la faveur, notamment, de la Première Guerre mondiale » (Charlot 1970).

En Allemagne, ce fut, notamment, Ludwig Hohlwein qui, au début de XIXe siècle, marqua de son empreinte les premières affiches d'artiste. L'influence de divers pays, dont les plus importants sont la France et l'Allemagne, sur la production de l'affiche suisse est fondamentale. La France a notamment légué à la création helvétique son art de l'utilisation audacieuse des couleurs et la fluidité de sa forme. L'Allemagne lui apporta, quant à elle, sa force ainsi que la simplicité et l'efficacité de sa composition. Ce fut principalement l'école munichoise qui eut un impact décisif sur des artistes comme Cardinaux ou Mangold.

Dans le contexte helvétique, ce fut principalement Ferdinand Hodler qui influença, en tout premier lieu, le monde de l'affiche. De manière très schématique, et selon la perspective développée par Giroud (2001), on estime que la production de ce médium dans le pays peut se résumer à trois grandes étapes fondamentales :

- La fin du XIX^e siècle est marquée par l'âge d'or de l'affiche suisse : on assiste alors à une phase de production intense d'affiches de grande qualité esthétique, s'illustrant notamment dans le domaine de la promotion touristique. A la suite de Hodler, qui est le véritable chef de file du triomphe du Heimatstil, de nombreux artistes s'imposent durablement comme les défenseurs d'un certain style suisse. Emil Cardinaux [Figure 23, p.58], Otto Baumberger, Walter Koch [Figure 24, p.58] ou Burkhard Mangold produisent ainsi quelques œuvres qui marqueront fortement la représentation nationale. L'entre-deux-guerres entraîne l'avènement du graphisme et, par là même, le triomphe du métier de graphiste dans la production de l'affiche. Le rôle des artistes-peintres dans la création de ce médium est fortement minoré, voire même marginalisé. Cette période correspond au développement de deux courants stylistiques fondamentaux en Suisse. L'école zurichoise, sous l'égide de Max Bill, obtient une reconnaissance internationale de par ses œuvres issues de la *Neue Grafik*, alors que l'école de design de la ville de Bâle contribue, quant à elle, au couronnement du mouvement de la *Neue Sachlichkeit*. La Confédération se présente, alors, comme l'une des nations les plus innovantes en matière de design.
- « La Suisse, qui a toujours cultivé son isolationnisme, devient, malgré sa petite taille, un lieu de création privilégié avec deux centres de production (mais aussi de création) que sont Bâle et Zurich et un annonceur fétiche : le magasin de mode PKZ [...]. Baumgartner et Stoeklin [Figure 26, p.58], stylistiquement versatiles, dominent le marché et inventent,



Figure 23 - Gotthard Schweiz (Emil Cardinaux, 1914)



Figure 24 - Winterkurort Davos Graubünden (Walther Koch, ante 1915)



Figure 25 - Für schöne Autofahrten die Schweiz (Herbert Matter, 1935)

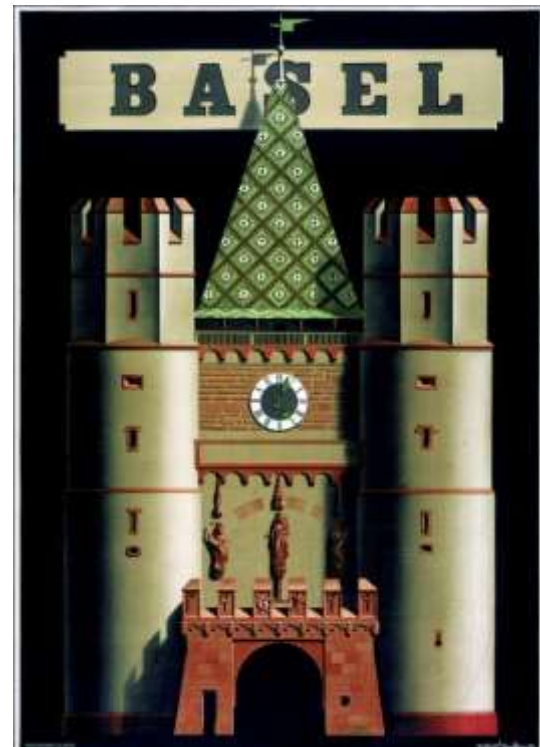


Figure 26 - Basel (Niklaus Stoecklin)



Figure 27 - Pontresina (Celestino Piatti, 1960)



Figure 28 - 11e course de l'escalade (Exem, 1988)

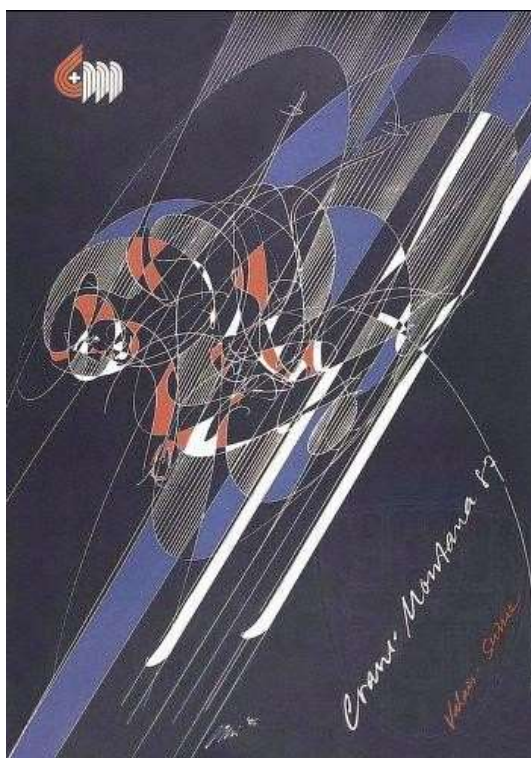


Figure 29 - Crans Montana '89 (Hans Erni, 1989)

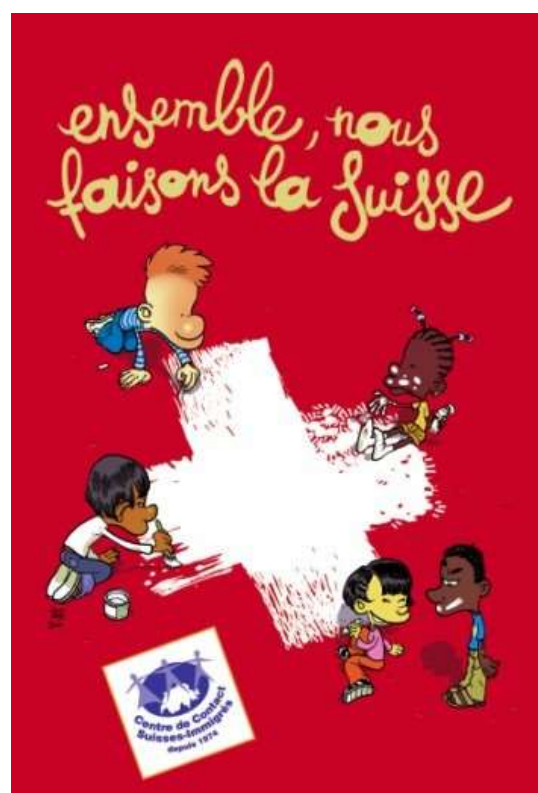


Figure 30 - Ensemble, nous faisons la Suisse (Zep, 2004)



Figure 31 - Tir fédéral à Neuchâtel du 16 au 28 juillet 1898 (Tir fédéral à Neuchâtel du 16 au 28 juillet 1898 (Edmond Bille, 1989)



Figure 32 - Sammlung für Militäraviatik (Eduard Renggli, 1914)



Figure 33 - Sanstitre (Emil Cardinaux, 1939)

entre autres, la "Neue Sachlichkeit", nouveau réalisme qu'on pourrait aujourd'hui qualifier d'"hyperréalisme" Si on ajoute les photographies surcontrastées de Matter [Figure 25, p.58] pour le tourisme [...], la Suisse est un véritable laboratoire du graphisme à venir. » (Gervereau 2006, 20)

- Dès la fin de la Seconde Guerre mondiale, la période moderne est caractérisée par la disparition d'un courant esthétique dominant dans le processus de création de l'affiche et marque l'avènement de fortes individualités artistiques : Jean Tinguely, Celestino Piatti [Figure 27, p.59], Hans Erni [Figure 29, p.59], etc. Les formes de la création par l'affiche se diversifient, notamment avec l'arrivée d'auteurs de BD tels que Zep [Figure 30, p.59] ou Exem [Figure 28, p.59].

L'impact du contexte idéologique et politique sur les choix artistiques est indéniable. Le parcours de création de l'affiche dite « patriotique » constitue un parfait exemple du lien qui unit la dimension contextuelle à la dimension productive. Dès les prémices du XXe siècle, l'affiche politique, culturelle et sociale joue sur un symbolisme fortement lié à l'identité visuelle nationale naissante. Le jeune Etat fédéral cherche, effectivement, à renforcer le sentiment d'appartenance à la nation et à unir, sous un même drapeau, les différentes composantes linguistiques et religieuses du pays. L'identité nationale est en pleine construction et les artistes suisses participent à cette création. L'affiche, notamment dans le cadre de la promotion touristique et de manifestations telles que le Tir fédéral [Figure 31, p.60] ou les rencontres de lutte suisse et de gymnastique, devient porteuse d'un message qui la rattache aux valeurs fondamentales du pays (Giroud 2006, 63). L'exaltation de ce patriotisme naissant est alors « noble » et ne répond à aucune volonté d'instrumentalisation. Les artistes qui participent à cette mouvance sont alors principalement des hommes de gauche, titulaires d'une certaine avant-garde et à la vision un peu idéaliste, qui souhaitent participer à la création d'une réelle unité nationale helvétique. Ces artistes, Ferdinand Hodler en tout premier lieu, marquent l'avènement d'un *Heimatstil* qui marquera durablement la représentation de l'imaginaire helvétique. Comme le mentionne l'artiste Albert Trachsel en 1896, « l'Art est utile parce que, pour une nation, il incarne la conscience et le rêve de cette nation, il est l'âme de cette nation palpable pour tous et stimule ainsi cette nation dans sa voie particulière de Beauté, de Vérité ou d'Héroïsme ».

La Première Guerre mondiale engendre un bouleversement dans la manière de traiter des symboles patriotiques. Le patriotisme est ainsi récupéré par la guerre qui instrumentalise la patrie sous un jour nouveau. On assiste, pour la première fois, à la politisation du thème, à l'utilisation du visuel de la patrie dans la défense d'opinions partisans [Figure 32, p.60]. Très schématiquement, l'on estime que, dans les années 1920, « la propagande de droite joue sur

une représentation manichéenne, voire apocalyptique [...], des enjeux politiques. [...] Elle puise ses arguments dans les mythes et les symboles nationaux. [...] Ce type de propagande cherche à contrebalancer la propagande socialiste qui se veut réaliste et populaire, par une image typiquement helvétique » (Meylan, Maillard, and Schenk 1977, 12). Alors que la gauche cherche plutôt à exalter la conscience de classe chez les citoyens suisses, la droite vise, quant à elle, plutôt à interpeller leur conscience nationale. Au sein des pays directement impliqués, le patriotisme est instrumentalisé de manière plus exacerbée encore et les affiches produites « utilisent les préjugés les plus primaires afin de soutenir la guerre [...]. Le sentiment patriotique débouche sur une exploitation en tant que telle du pays qui devient la valeur absolue » (Weill 1984, 71). La nation est sacralisée et l'ennemi démonisé, les représentations dichotomiques de la réalité sociale sont omniprésentes et visent à faire adhérer les masses à la mobilisation du pays dans le conflit mondial.

Avec la fin du conflit et le dénouement temporaire des tensions, le style patriotique devient moins présent et finit par tomber en désuétude. Les diverses avant-gardes des années 1920 balayent le *Heimatstil*, et cela aussi bien dans sa dimension esthétique que thématique. Les artistes porteurs de ce mouvement sont ainsi déclassés par de nouveaux venus dont les techniques et les manières correspondent mieux au contexte artistique d'alors. Le mouvement dada, composé majoritairement de réfugiés ayant fui durant la Grande Guerre, est notamment très critique envers la dimension patriotique de l'art. L'entre-deux-guerres est marqué par la disparition des thématiques nationalistes et par la stylistique qui lui est liée. Durant cette période, seuls quelques partis d'obédience bourgeoise continuent de baser leur communication électorale sur des thèmes patriotiques.

Cependant, les années 1930 et la montée en puissance, dès 1933, des idéologies national-socialistes en Allemagne et en Italie entraînent une résurgence des symboles patriotiques dans la création de l'affiche. La Suisse, face à la pression grandissante de ces deux voisins, se sent menacée et ressent le besoin de réaffirmer son identité, sa « fierté d'être suisse ». Les productions patriotiques reviennent au goût du jour, tant dans leur forme que dans leur fond. Les symboles et emblèmes nationalistes font leur retour et occupent, à nouveau, une place de choix dans les rayons thématiques de l'affiche. Si, au vu du contexte international agité, il n'est pas surprenant de constater ce besoin impérieux de réactualiser le sentiment de cohésion nationale, il est, par contre, plus étonnant de constater l'impact que cette résurgence patriotique opère, parallèlement, sur la dimension artistique de la création par l'affiche. Alors que le style des défenseurs du *Heimatkunst* était devenu totalement obsolète au cours des dix dernières années, on note un net retour en grâce de celui-ci au cours de la décennie 1930. Des artistes qui avaient été totalement remis hors de la scène artistique, notamment Emil Cardinaux [Figure 33, p.60], sont alors à nouveau sollicités pour la réalisation

de diverses affiches. Son style qui avait été mis hors course par les constructivistes et autres adeptes de la *Neue Sachlichkeit* de l'époque occupe, une nouvelle fois, le devant de la scène. Les grandes tendances avant-gardistes de l'avant Deuxième Guerre mondiale sont ainsi mises à ban au profit d'un retour inattendu du « vieux style ». Cette revitalisation de l'esprit nationaliste entraîne la réutilisation de codes artistiques révolus depuis près de trente ans. C'est un véritable retour en arrière stylistique qui s'opère. Cette manœuvre est transparente, il s'agit, purement et simplement, de revitaliser l'esprit national par une tentative de résurgence, de réutilisation des codes conservateurs. Ces années particulièrement tendues engendrent alors un resserrement culturel vers des codes plus conservateurs, voire même réactionnaires (Weinberg Staber 1993). La période de l'entre-deux-guerres est ainsi marquée par la présence et l'avènement de deux tendances stylistiques et idéologiques contradictoires. D'un côté, la volonté de la création d'un monde nouveau, fondé sur une unité entre l'art et l'industrie et les progrès techniques des années 1920, engendre un renouvellement sans précédent des codes graphiques, sous l'influence des diverses avant-gardes européennes. De l'autre, les tensions internationales et le contexte politique agité entraînent le développement d'un mouvement patriotique puissant et le retour à une utilisation massive des codes et symboles nationalistes (Burer 1990).

Ce retour en arrière stylistique n'est d'ailleurs pas uniquement observable dans le contexte helvétique, puisque l'on constate, par exemple, le même type de phénomène dans l'Allemagne du III^e Reich. Comme le résume parfaitement Weill (1984, 177), « en quelques mois, l'affiche se retrouve cinquante ans en arrière avec des allégories, des profils de Minerve et des réminiscences du style renaissance bavarois ». De manière relativement schématique, on peut effectivement constater que lorsqu'un mouvement politique se revendique comme conservateur, souhaitant revenir aux fondements de la nation, etc., il aura effectivement tendance à recourir plus fréquemment à des codes artistiques et à une esthétique conservatrice et traditionnelle et à rejeter les courants avant-gardistes souvent perçus comme déviants et étant parfois qualifié d'« art dégénéré »

Avec la fin du conflit, les symboles de la patrie disparaissent, une nouvelle fois, des productions. La thématique n'intéresse plus personne. Noel Fontanet, propagandiste attitré du mouvement frontiste, reste l'un des seuls à exploiter ces figures. Afin de lutter contre la centralisation croissante de l'Etat helvétique et la menace qu'il perçoit pour le fédéralisme, celui-ci franchit effectivement une étape de plus dans l'utilisation politique du thème patriotique. Fontanet multiplie les attaques contre « la Confédération, figurée par le Palais fédéral [qui] illustre précisément l'unité nationale. En fait, il oppose la Suisse pré-1948 – souvent symbolisée par un pâtre suisse – à la nation plus centraliste qui a suivi – imagée par un ours bernois, un personnage, une régie fédérale ou un monument symbolique » (Weill

1984, 90). Cette stratégie argumentative, exaltant une vision idéalisée de la Suisse d'antan, de la vie campagnarde, des paysages et des traditions alpines, en opposition à la Suisse « moderne » présentée comme corrompue par les élites, ne respectant pas le citoyen et la souveraineté populaire, constitue un prélude aux discours populistes des dernières décennies.

De manière plutôt inattendue, il faudra cependant attendre la vague contestataire de mai 1968 pour voir resurgir des motifs patriotiques dans la communication par l'affiche. La libération sexuelle, la Guerre du Vietnam, le « scandale des Mirages » ou le séparatisme jurassien entraînent la Suisse vers l'« *Helvetisches-Malaise* » des années 1960. Cette phase de remise en question aboutira, en 1968, au mouvement de la jeunesse contestataire que l'on connaît. La crise identitaire qui s'ensuit trouve son paroxysme dans le slogan de cette révolte « Rasez les Alpes qu'on voit la mer ! ». Cette revendication, à priori plutôt anodine, prend toute son ampleur lorsque l'on considère l'importance du massif des Alpes dans la symbolique nationale. Cette démystification du patriotisme entraîne une forme de prolétarianisation des héros et des symboles nationaux au cours des années 1970. La gauche récupère effectivement l'image de ces derniers lors de ses campagnes. Guillaume Tell [voir notamment les Figure 11, p.20 et Figure 16, p.21], entre autres, devient, à nouveau, l'un des acteurs principaux de la communication politique. Le propos n'est, alors, plus d'exalter la conscience patriotique des citoyens du pays, mais bien d'utiliser ces motifs typiquement helvétiques comme symboles et moteurs d'action des nouvelles luttes et mouvements sociaux.

Aujourd'hui, l'utilisation de la thématique et de la stylistique patriotique est, en grande partie, le fait des mouvances de la droite populiste. L'exaltation des symboles nationaux est effectivement récurrente dans leur perpétuelle « quête de défense de la nation ». Tell, les Waldstätten ou le drapeau et les couleurs nationales sont des motifs devenus récurrents dans la rhétorique visuelle de partis tels que l'Union Démocratique du Centre (UDC), les Démocrates Suisses (DS) ou l'Union Démocratique Fédérale (UDF). La période contemporaine est ainsi marquée par une nouvelle phase d'instrumentalisation politique prononcée de la symbolique et de la rhétorique nationaliste. Le populisme de droite est passé maître dans l'art de fonder sa communication sur les thèmes patriotiques et d'ainsi « en affirmer l'absolue permanence ». « Cherchant le scandale, [...] ces affiches, volontairement provocatrices, fonctionnent sur la notion de sacrilège. Puisque les symboles – la croix fédérale notamment – sont investis d'une valeur nationale particulière, rien de plus facile que d'en démontrer la fragilité. Le blasphème est percutant et peut provoquer une forte réaction de défense. Le parti pense ainsi récupérer à son profit la colère volontairement provoquée de l'électeur » (Giroud 2005, 146).

Cet exemple illustre parfaitement la réactivité du médium affiche aux exigences de son contexte de production. Elle répond particulièrement aux stimuli du contexte sociétal global en général, et politique en particulier. Il nous permet d'illustrer de quelle manière l'idéologie ambiante se manifeste dans la création artistique et comment celles-ci sont indubitablement liées entre elles. L'affiche est à même d'exprimer stylistiquement les idéaux et les travers d'une nation et les représentations que ceux-ci véhiculent.

Les illustrations historiques de cette relation entre l'art et la politique sont nombreuses. On peut, notamment, citer l'impact de la révolution bolchévique sur le développement et la stimulation du mouvement constructiviste et de ses artistes, la réponse à la fois lyrique et nihiliste des dadaïstes aux horreurs de la Première Guerre mondiale ou l'adéquation sans limite des idéaux futuristes aux valeurs de l'idéologie fasciste de Mussolini. Nous pensons ainsi que l'art et l'affiche politique répond aux mêmes mécanismes de production et d'influence réciproques, qu'il est le reflet et l'inspirateur de l'idéologie et des représentations sociales ambiantes.

3.5.2 L'AFFICHE EN TANT QUE MÉDIUM DE LA PROPAGANDE ET DU MARKETING POLITIQUE

L'éventail des outils de promotion publicitaire à la disponibilité des formations politiques est large et varié. Au côté d'instruments aussi divers que la presse partisane, les sites web, les tracts, les meetings, les émissions radiophoniques et télévisées, le marketing direct, les réseaux sociaux, etc. l'affiche constitue un élément fondamental dans la stratégie de communication des partis. Elle leur permet de promouvoir leurs candidats lors d'élections, de défendre leurs positions lors de votations et de mobiliser l'opinion publique lors du lancement d'une initiative.

En Suisse, les consultations populaires régulières constituent l'une des grandes richesses de la communication politique par l'affiche. Les citoyens sont ainsi conviés, plusieurs fois par année, à se prononcer sur les thématiques les plus diverses et deviennent, alors, la cible d'une propagande visuelle visant à provoquer leur adhésion aux causes défendues par les organisations. Ainsi, « celui qui passe devant les murs garnis d'affiches avant d'importantes votations ou élections en Suisse, se réjouira de constater la vivacité, l'intensité, l'ardeur avec laquelle se préparent les décisions du "souverain" » (Wobmann and Rotzler 1985, 12).

Jules Fontanez est considéré comme le premier affichiste politique à faire ses armes sur le territoire helvétique. Mais, les premières affiches politiques illustrées apparaissent vraisemblablement dès 1918 dans les villes de Bâle et Zurich.

Ce support si particulier dispose de caractéristiques propres qui modèlent la forme de sa communication et le différencie, par là même, des autres vecteurs du marketing politique. La nature intrinsèque de l'affiche a ainsi une influence déterminante sur la forme de sa communication et les représentations qui y sont en jeu. Les spécificités matérielles de l'affiche façonnent l'essence même du discours qu'elle véhicule et lui confèrent son orientation rhétorique.

La première caractéristique de l'affiche est d'être une image "dressée", qui fait face au récepteur. Sa taille imposante peut parfois lui conférer un caractère un peu intimidant tendant à brouiller l'échelle de nos représentations habituelles (Fresnault-Deruelle 1997). De plus, l'affiche bénéficie d'un temps très court pour capter l'attention de son public-cible. Le passant ne consacre souvent que quelques secondes à la lecture de son message. L'accroche est ainsi fondamentale pour assurer l'efficacité de la communication. Par la suite, le contenu argumentatif se doit d'être simple, percutant et aisément compréhensible, afin que le destinataire puisse en saisir la nature dans un temps limité. « Pour que l'affiche soit un vecteur médiatique d'une idéologie et serve une stratégie électorale, elle doit donc 'accrocher' le lecteur-électeur, c'est-à-dire être sollicitieuse. Il importe, par conséquent, qu'elle soit explicite et immédiatement saisissable pour le plus grand nombre de lecteurs-électeurs qui doivent être interpellés et instantanément convaincus de lire le message proposé » (Capt 2010, 274). Ce conditionnement matériel implique donc que les messages véhiculés par l'affiche soient brefs, concis et le plus accrocheurs possible. En résumé, l'affiche se présente ainsi comme le lieu d'un discours, verbal, visuel ou mixte, qui se doit de présenter une certaine cohérence et une force persuasive (Guillemin and Luciole 1991).

L'affiche se caractérise également par le fait qu'elle est un médium mixte ; c'est-à-dire qu'elle allie presque toujours le texte et l'image. Même lorsque les affiches sont uniquement composées d'éléments textuels, ceux-ci possèdent un impact visuel significatif, notamment de par le choix de leur taille, couleur, police de caractères, etc. Si le texte est une composante essentielle, l'image possède cependant un magnétisme particulier qui permet de capturer des représentations que les mots ne peuvent retranscrire (« *a picture is worth a thousand words* ») (Bonnell 1999, 15). C'est pourquoi nous accorderons une attention importante aux représentations visuelles, mais nous ne mettrons cependant point de côté les éléments textuels présents dans les productions. Travaillant selon la perspective du *Pictorial Turn*, nous considérons, de plus, les éléments textuels et visuels comme constitutifs d'un tout et réfutons le clivage artificiel que l'on tente parfois d'imposer entre eux.

L'affiche de propagande répond, schématiquement, aux mêmes mécanismes de construction que sa consœur commerciale. Le slogan en constitue la composante principale, leur composition visuelle et rhétorique est identique.

La nature de ces différentes contraintes entraîne une forte simplification des contenus de la communication par l'affiche. Dans le cadre de la propagande politique, cette simplification peut prendre la forme d'une dérationnalisation et d'une émotionnalisation des éléments argumentatifs. Ce processus engendre parfois même un recours à la caricature. Au-delà du texte, c'est principalement l'image qui permet de rendre compte de ces différents symptômes. L'accroche visuelle vise ainsi à provoquer, voire même, suivant les cas, à agresser le récepteur. Cette simplification, présente de tous temps dans l'affiche, s'est certainement encore intensifiée avec la professionnalisation du domaine de la communication et le rôle prédominant de la médiatisation des campagnes dans le contexte politique contemporain.

Le caractère quelque peu lapidaire de cette forme de communication constitue certainement l'un des atouts essentiels de notre analyse de la politisation de la question étrangère. L'affiche politique « imprime » les stéréotypes dans le monde physique et est ainsi à même de susciter l'aversion, la peur, de renforcer un sentiment de solidarité ou d'appartenance identitaire (Kamps 1999, 68). Nous partons effectivement du principe que la portée simplificatrice, caricaturale et fortement émotionnelle de l'affiche nous permet de rendre compte des archétypes des représentations sociales et des opinions politiques les plus polarisées. Elle peut ainsi être considérée comme un lieu de conflit idéologique au sein duquel les batailles de signification et de cognition sont gagnées ou perdues (Aulich and Sylvestrova 2000). Elles illustrent également le discours majoritaire qui tend souvent à opérer comme un discours d'exclusion au sein duquel des normes sociales et culturelles, la définition du « bon » ou du « mauvais » sens ou les identités sont établies. Les exagérations, les dénigrements, etc. sont à même de refléter les constructions rhétoriques à leur paroxysme et, ainsi, de retransmettre l'intensité et les variations du débat au sein des différentes formations politiques. Il semble, de plus, que la thématique fortement émotionnelle des étrangers et de leur place dans le pays constitue un sujet qui se prête particulièrement bien à la transmission de positionnement idéologique par le biais de l'affiche. Dans son inventaire quantitatif des affiches politiques produites dans le cadre de 28 votations fédérales, Demarmels (2009) note ainsi que la thématique des étrangers est le deuxième sujet le plus fréquemment représenté dans les affiches, alors qu'il ne constitue que le neuvième thème par ordre d'occurrence dans les votations analysées.

De manière générale, l'on estime que les affiches peuvent ainsi être considérées comme des baromètres des changements sociaux, économiques, culturels et politiques (Kamps 1999) et

de l'environnement sociétal; elles sont, en quelque sorte, des fenêtres partiales et partiellement ouvertes sur les activités pratiques et les représentations mentales des individus et des acteurs politiques d'une société donnée.

Les concepteurs d'affiche ont, cela a déjà été dit à de nombreuses reprises, coutume d'utiliser des stéréotypes, mais aussi des « images symboliques reconnaissables dans des compositions différentes » (Gombrich 1996, 197) qui permettent d'étudier des métamorphoses d'éléments figuratifs bien connus. Il est, dans cette perspective, par exemple, reconnu que l'affiche politique, a grandement contribué à la « sacralisation progressive des symboles de la patrie » (Weill, 1984). Dans ce cadre thématique, l'affiche profite ainsi de la sensibilité exacerbée au sujet. L'opportuniste, l'excès et la caricature y sont de mise et sont acceptés tacitement. La communication par l'affiche politique recourt ainsi régulièrement à une langue et une image moins différenciées que ceux que l'on a l'habitude de rencontrer. « Le texte est facile à comprendre, lapidaire, de portée directe. L'appel vise à réveiller des sentiments cachés, à déclencher des émotions, parfois même des agressions. Des éléments caricaturaux [...] entrent en jeu. L'électeur est entouré, envoûté, sollicité jusque dans ses points faibles, ou abordé très directement, sans ombrages, sur un ton impératif » (Wobmann and Rotzler 1985, 11). Lorsque des questions spécifiques sont abordées dans le cadre de votations ou d'initiatives populaires, et tout particulièrement lorsqu'il s'agit de sujets sensibles et particulièrement émotionnels, les affiches sont les plus à même de traduire par l'image l'intensité des discours et des enjeux soumis au peuple et la contestation engendrée par de telles questions au sein du public.

Les affiches fonctionnent ainsi parfaitement pour imprégner les représentations sociales des individus. L'affirmation et l'opposition en leur sein demande effectivement une certaine conformité pour s'établir au sein des consciences et être internalisé. Par ce processus, l'affiche acquiert un statut paradigmatique (Aulich and Sylvestrova 2000, 4) dans l'imaginaire collectif. Les discours et les images qui y sont mis en scène sont ainsi rarement contestés par les votants et souvent pris « comme argent comptant », sans le recul parfois nécessaire lors de scrutins polémiques. L'objectivité est effectivement la plupart du temps « abandonnée [...] au profit d'exagération démesurée, voire même de dénigrement par le texte et l'image » (Wobmann and Rotzler 1985, 11). Il est, en conséquence, utile de rappeler que la communication politique opère, avant tout, selon une « visée paradigmatique » (Capt 2010, 274); c'est-à-dire, qu'elle cherche surtout à persuader et rassembler les citoyens autour d'une idéologie.

En Suisse, le contexte politique contemporain témoigne de la vivacité potentielle de la communication par l'affiche. Plusieurs campagnes ont ainsi été fortement controversées par

l'opinion publique. Les deux dernières décennies ont, entre autres, été marquée par la rhétorique visuelle pugnace de l'UDC, notamment dans le cadre de la récolte de signatures pour les initiatives populaires lancées par ce parti. D'une manière générale, l'affiche politique était, depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale, un instrument de communication dont la force de persuasion était sous-estimée dans le contexte de la propagande helvétique, notamment de par la rhétorique majoritairement consensuelle des discours partisans. Cette lacune a, au cours des dernières années, été comblée par le parti agrarien qui a su construire un programme iconique et une stylisation visuelle de son identité et de l'identité nationale. L'UDC est ainsi certainement le parti qui réussit le mieux à exploiter tout l'éventail de l'iconographie politique nationale, à adapter ces symboles à son esthétique caricaturale et criarde et à les modeler pour soutenir son argumentaire idéologique (Schultheis et al. 2008, 53). Comme nous le verrons par la suite, l'orientation idéologique populiste du mouvement influe fortement sur la construction de son argumentation politique et la forme des messages qu'il véhicule. Le modèle programmatique et rhétorique du premier parti suisse n'est, cependant, pas l'unique élément déterminant de la forme particulièrement efficace de sa propagande et de son recours récurrent à la communication provocante par l'affiche. L'UDC a effectivement confié, depuis 1994, sa stratégie de communication globale à l'agence zurichoise Goal AG. Cette décision marque, selon Thalmann et Herzog (2009), un tournant dans l'histoire de l'affiche politique suisse. Goal contribue ainsi grandement depuis plus de vingt ans à définir l'architecture de la propagande du parti et les nombreuses affiches produites au cours de ces deux décennies. Elle est ainsi notamment à l'origine du bestiaire¹⁶ des productions de l'UDC et de la définition de sa ligne de communication aux couleurs criardes et au stylisme à la fois épuré et caricatural.

La manière dont les partis communiquent par le biais de l'affiche dépend de nombreux éléments liés tant au contexte global de la transmission du message qu'aux composantes idéologiques de l'organisation. Suivant les époques et les circonstances politiques d'alors, les tendances de la communication varient. Aux alentours de la Première Guerre mondiale, ce sont, avant tout, les motifs patriotiques qui prédominent dans la communication de la majorité des organisations politiques, la rhétorique politique est marquée par le recours aux mythes et aux symboles nationaux. L'argumentation se veut encore idéaliste, façonnée par l'exaltation d'une forme transcendante de la défense de la patrie et, dès les années 1930 au

¹⁶ Au cours des deux dernières décennies, l'UDC a fréquemment utilisé des figures animales pour désigner ses cibles principales. Ses adversaires politiques, les étrangers, etc. ont ainsi été notamment symbolisés sous la forme de rats, moutons, poulets, corbeaux, ours, lions, etc. Pendant une certaine période, le parti possédait même une mascotte animale bien vivante en la personne de Zottel, un bouc. Aujourd'hui, le bouc Zottel a été remplacé par le bouvier bernois Willy. Cette stratégie de communication repose très certainement sur une volonté de toucher l'électorat traditionnel de l'organisation, souvent campagnard, conservateur et de faire référence à la paysannerie et aux traditions populaires.

sein des partisans d'une certaine mouvance frontiste notamment, par une lutte véhémente contre les juifs et les communistes. Les années 1950 sont, quant à elles, plutôt tournées vers une tendance à la rationalisation des discours et une influence grandissante de leur portée moralisatrice. « C'est durant cette période qu'apparaît un nouveau type d'affiche, entre l'affiche-texte et l'affiche-image, dont le graphisme ne sert qu'à mettre en évidence la consigne de vote, le slogan. [...] La consigne, élément central de l'affiche, devient une image autonome, avec un sens et une dynamique propre que lui confère le style de l'écriture utilisée » (Meylan, Maillard, and Schenk 1977, 14). L'ampleur grandissante des techniques du marketing dans l'utilisation de la propagande implique une transformation dans la manière de communiquer. Les arguments de séduction publicitaire prennent de plus en plus d'ampleur dans la rhétorique électorale. Ce processus est notamment tributaire de la tendance de l'affiche à se vider de son contenu politique en tant que tel (Meylan, Maillard, and Schenk 1977). La professionnalisation des métiers de la communication ne cesse, effectivement, de rapprocher les méthodes de l'affiche politique de celle de l'affiche commerciale. Le contexte politique en tant que tel a, ainsi, une profonde influence sur la nature des discours, qui façonnent, à son tour, la modélisation des messages transmis par l'affiche. En parallèle, les tendances de la communication commerciale influent, elles aussi sur la construction rhétorique de l'argumentation politique.

Nous l'avons dit plus haut, la nature de l'idéologie du mouvement politique façonne, également, les figures sous lesquelles sa communication prend forme. Jusque dans les années 1940 du moins, les fondements de la construction rhétorique des partis de droite et de gauche sont différents. S'il l'on prend comme exemple les affiches produites au cours de l'entre-deux-guerres, on peut ainsi dire, de manière assez schématique il est vrai, que les différentes formations politiques basent leur légitimation sur deux dimensions opposées. Alors que la propagande de droite se fonde sur l'exaltation de la conscience nationale et de la défense de la patrie par le recours aux mythes et symboles helvétiques, la stratégie de promotion de la gauche exploite, quant à elle, avec ardeur le développement de la conscience de classes et la notion de lutte qui en découle.

Cependant, les formes de l'argumentation des défenseurs d'idéologies opposées peuvent répondre aux mêmes mécanismes de construction rhétorique. Certains motifs peuvent, par exemple, être repris aussi bien par les organismes de gauche que de droite. Des éléments iconographiques tels que la pieuvre ou le rat peuvent, notamment, être présents dans les affiches émanant de toutes les sensibilités politiques. Ils répondent ainsi à un schéma de symbolisation commun : chaque fraction politique tend à représenter, dans sa communication visuelle, ses ennemis héréditaires sous les traits d'animaux « de mauvaise réputation » et cherche ainsi à dénigrer ses adversaires par ce biais. Toutefois, si les symboles

sont identiques, les cibles de ces caricatures calomnieuses varient en fonction des idéaux de l'énonciateur du message. La pieuvre peut ainsi avoir pour vocation de représenter les milieux financiers et immobiliers, la doctrine communiste ou capitaliste, l'interventionnisme étatique, l'« emprise juive », etc. La symbolique liée à la figure du rat poursuit la même logique, tout comme celle de la main qui étend son emprise sur un quelconque objet. D'autres représentations sont également unanimement reprises par les différents partis de droite et de gauche. Il en va ainsi de la symbolisation de l'immigré qui est, de manière récurrente, représenté une valise à la main [voir par exemple les Figure 37 Figure 52 Figure 99], de façon à ce que l'on puisse, sans ambiguïté, reconnaître son statut. En conséquence, même si le "sujet" est symbolisé de la même façon dans les différents types de communication, l'argumentation construite autour de celui-ci est souvent totalement différente. Ainsi, si certains symboles sont présents de manière identique dans les affiches de partis dont les idéologies sont opposées, leur dénomination et l'objet auquel ils sont rattachés varient toujours selon leur contexte d'énonciation.

Les composantes idéologiques d'un mouvement peuvent également avoir un impact sur la forme de la production en elle-même. Les affiches de Mai 68 en sont, certainement, l'un des exemples les plus illustratifs. La facture de leur graphisme est très particulière et semble effectivement presque anachronique dans le paysage graphique de l'époque. Le travail volontairement artisanal des sérigraphies produites durant cette vague contestataire tranche ainsi nettement avec les standards de la communication commerciale de l'époque. Le choix technique réalisé par les concepteurs de ces affiches n'est cependant bien sûr pas seulement lié à des raisons d'économie, mais répond avant tout à une volonté de se distancier, et par là même, de rejeter le monde mercantile et capitaliste auquel ceux-ci s'opposent. Les sérigraphies grossières et bicolores contestent, par conséquent, aussi bien la validité stylistique des affiches quadrichromes et léchées de la promotion publicitaire d'alors que leur signification culturelle, politique et sociale.

Lorsque l'on analyse une affiche de propagande, il est ainsi nécessaire de prendre conscience que « cet objet est tributaire d'un réseau d'interdépendance beaucoup plus prégnant qu'il n'y paraît de prime abord : la représentation découle d'une série de choix qui font de toute image une résultante dont les composantes sont analysables en terme de différences mesurables » (Fresnault-Deruelle 1997, 84). Les composantes idéologiques engendrent ainsi, par exemple, des implications au niveau des choix symboliques réalisés au sein de l'affiche. Si la ligne argumentative d'une organisation se veut cohérente, il est effectivement indispensable que sa "tournure idéologique" soit imprimée dans sa communication visuelle. Caricaturalement, la gauche exalte ainsi les identités de classe et les représentations dénigrantes du capitalisme, alors que la droite cultive les symboliques négatives liées à l'interventionnisme étatique. Les

partis d'opposition n'hésitent pas à provoquer l'opinion publique par leur communication contestataire, tandis que les mouvances au pouvoir tendent à être moins véhémentes, plus consensuelles, dans leur manière d'illustrer leurs propos. L'affiche se doit d'être une manifestation stylistique de la tendance idéologique qu'elle défend : un leader charismatique contestataire ne peut adopter le même mode de communication que le représentant d'une formation tournée vers le consensus.

L'affiche a ceci de riche qu'elle illustre parfaitement l'éventail idéologique d'un parti. Elle reflète ses modes de légitimation (l'organisation se réfère-t-elle à des mythes nationaux, au bon sens collectif, à la construction de son univers de références, etc. ?) et la définition de ses arguments. L'affiche a ainsi pour fonction d'illustrer les propos d'une entité politique et de convaincre les électeurs de la validité de ceux-ci.

Elle s'avère de plus un médium privilégié des partis d'opposition, puisqu'elle constitue un outil parfait pour faire entrer de nouveaux thèmes dans l'arène politique ou lorsqu'il s'agit de lancer un référendum contre une potentielle révision de la législation (Arnold, 2007). Cette spécificité en fait une source d'autant plus privilégiée pour l'analyse d'une thématique aussi vivement débattue que celle de la migration et de l'identité nationale.

4 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. Depuis le XVIII^e siècle, les sciences sociales définissent effectivement l'ego et l'alter comme une relation dialogique, en faisant un couple de notions inséparable. Il n'existe ainsi pas de conscience de soi sans conscience des autres : il y a inévitablement détermination réciproque. L'importance de ces deux notions s'avère d'autant plus fondamentale dans le cadre de notre perspective de recherche que la référence à l'ego et l'alter ne fait pas de sens hors du champ de la communication ; ces deux notions sont effectivement générées dans et par la communication symbolique (Marková 2007, 7).

L'identité est ainsi à comprendre comme un « processus simultané de construction et d'exclusion qui fait nécessairement intervenir le social » (Sanchez-Mazas and Licata 2004, 21 et 28) 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. La mise en altérité d'un certain nombre d'éléments est, par là même, à la fois le produit, le résultat et le déclencheur d'un processus de construction de l'identité. Elle procède effectivement « d'activités collectives, symboliques et pratiques assurant [...] la construction d'un « Nous » et d'un « Eux » (Sanchez-Mazas and Licata 2004).

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 Etat. 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 (Orgad 2012). Elles sont nécessaires à la production de significations, 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.

4.1 L'IMAGE DE L'AUTRE

L'image est un instrument extrêmement précieux de la mise en altérité. Dans le prolongement de ce qui a été présenté dans la section précédente, il est important de garder à l'esprit que celui qui met l'Autre en image, se met également en scène lui-même (Baberowski 2008).

Le développement d'une rhétorique de l'altérité, tout particulièrement d'une rhétorique visuelle de l'altérité, constitue une entreprise de « *myth-making* » (Riggins 1997), 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 (Schneider 2001) 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 » (Sanchez-Mazas 2004). 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, de manière générale, défini de manière 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 (Riggins 1997, 8) tels que le « nous » et le « ils », le « vous » et le « nous », le « notre » et le « leur ». Les identités collectives établies peuvent ainsi tant concerner des identités de classe, d'ethnie, de nation, de genre que d'orientation sexuelle, etc., mais elles ont ceci de semblables qu'elles reposent toutes, avant tout, sur le principe

d'une différenciation symbolique établie en opposition à une autre communauté culturelle imaginaire (Schwelling 2004). 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 sociale (Schultheis et al. 2008).

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 » (Kury 2008, 24). Souvent les critères de différenciation sont utilisés pour pointer du doigt, pour dénigrer. L'idée de menace venant de la minorité (Fleckner, Warnke, and Ziegler 2011) 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, la déshumanisation (Bonnell 1999) 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 (Fleckner, Warnke, and Ziegler 2011), 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 autostéréotypes¹⁷ que pour les xenostéréotypes¹⁸ (Stråth 2008, 199) ; 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 (2006b) 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

¹⁷ 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.

¹⁸ Les stéréotypes conçus à propos de l'alter, c'est-à-dire, lorsque l'on cherche à produire un discours visuel sur l'altérité.

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 » (Taguieff 1998). 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 » (Kofler and Fankhauser 2009). Ce phénomène met « en évidence le rôle des représentations et leur étroite intrication avec les pratiques dans la construction d'une altérité radicale » (Sanchez-Mazas 2004, 39).

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. De manière générale, on peut effectivement constater une étonnante permanence des discours exclusionnistes au travers de l'histoire et celui qui prétendrait que le racisme n'existe plus aujourd'hui souffrirait d'une forme extrêmement grave de cécité, comme le mentionne Mitchell (2012) dans son essai sur la place des races dans les sociétés occidentales contemporaines ; mentionnant par exemple à quel point l'islamophobie, l'antisémitisme et la negrophobie sont aujourd'hui encore « vivantes et bien portantes ». Pour l'auteur, le concept de race n'est cependant pas la cause du racisme, mais son excuse, son alibi, son explication, sa justification. Dans cette perspective, la race est ainsi considérée comme un mythe dont les implications sont extrêmement prégnantes et contribue à structurer les perceptions, les pratiques, etc. et joue un rôle d'une importance cruciale tout au long de l'histoire. Tous sont capables de voir et reconnaître les identités raciales et de les rattacher à certaines affirmations ou narratifs. Si ces constats s'appliquent parfaitement dans le contexte américain actuel, ils doivent cependant être également mis en perspective avec le rôle grandissant que joue, comme cela a été dit plus haut, la culture dans les définitions contemporaines de l'altérité. Les expressions publiques du racisme, de l'ethnisme 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 (Orgad 2012) dans ce processus. Hall (1997a) rappelle ainsi que les représentations de la différence sont nécessaires tant pour la construction des identités que 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 criminels, paresseux, indésirables, illégaux, 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 anti-communistes ont été produites. Figure absolue de l'altérité au côté 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 » (Meylan, Maillard, and Schenk 1977, 11). Dans les productions de Paul Kammüller, d'Otto Plattner ou de Noël Fontanet, la « menace communiste » prend ainsi les traits d'une hydre [Figure 34, p.97], 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 rongant les fruits de la prospérité helvétique, de loups déguisés en mouton, 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-maçonnerie (Matard-Bonucci 2001), 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 » (Matard-Bonucci 2006a). 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 proliférant » (Matard-Bonucci 2001) 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 Ousama Ben Laden deviennent les ennemis numéro 1 de l'Occident et de l'Europe chrétienne (Mitchell 2012) 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 dizaine d'années, l'idée d'une menace musulmane sur l'Europe chrétienne plane, comme pour l'antisémitisme d'ailleurs, depuis le XV^e siècle déjà (Fleckner, Warnke, and Ziegler 2011).

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 (Kofler and Fankhauser 2009) ; 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 » (Sanchez-Mazas 2004). 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'illégitimation¹⁹ : processus d'anonymisation et de massification (on parlera des immigrants ou de « ces gens » plutôt que de nommer un groupe spécifique (Riggins 1997, 8), de délégitimation (on parlera de faux réfugiés ou de migrants économiques). Des métaphores font écho à l'idée d'invasion et de « submersion » : idée du fleuve pour le passage des frontières, de la vague pour son caractère menaçant (Lafont-Couturier 2006).

¹⁹ En référence notamment à la notion d'illégalisme développée par Foucault (1975) dans « Surveiller et punir ».

La stratégie du bouc émissaire (Geertz 1973) 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 « problèmes sociaux », « indignes », « méprisables » ou « dangereux » (Orgad 2012), 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 » (Van Dijk 1997). Le plus souvent, les étrangers sont ainsi stéréotypés, victimisés, démonisés et investis, au travers des discours et des images, de représentations négatives (Wodak and Van Dijk 2000). 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 » (Duez 2005, 27).

De manière générale, les scripts de ces discours fonctionnent souvent selon le principe de l'opposition binaire (Hall 1997b, Orgad 2012). 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.

Au-delà des deux stratégies d'argumentation (opposition binaire et du bouc émissaire), Van Dijk (1997, 36-37) identifie sept constructions rhétoriques supplémentaires dans son analyse des discours racistes au sein des parlements européens. Ces stratégies étant particulièrement utiles dans le cadre de notre analyse des discours visuels sur l'immigration en Suisse, puisqu'elles sont également souvent utilisées dans la communication par l'affiche, il nous semble important de les présenter brièvement ici :

- 1) La présentation positive du soi : glorification du soi, en comparaison des autres nations. Lorsque cette stratégie aborde la question de l'immigration et des relations

interethniques, on fait notamment fréquemment référence à la tradition d'hospitalité, de tolérance, d'égalité, de démocratie, etc. du pays qui est mise en exergue pour montrer la « bonté » de la nation envers l'altérité et rejeter toute forme d'accusation de racisme, exclusionnisme, etc.

- 2) La présentation négative de l'autre : cette stratégie est extrêmement courante lorsqu'un parti ou un autre organe politique tente de justifier une demande de restriction de l'immigration ou des droits civils. Comme mentionné plus haut, l'immigration est alors souvent définie comme illégale, menaçante, insupportable, ingérable, les réfugiés délégitimés, accusés d'être animés par des motifs économiques et de simple profit et les étrangers établis considérés comme source de tensions sociales.
- 3) Le déni du racisme : fonctionne souvent selon le principe du « nous n'avons rien contre l'immigration (les étrangers, les musulmans, etc.), mais... » ou exploite l'idée du ressentiment ou du sentiment d'insécurité, réel ou supposé, du peuple pour justifier certaines déclarations.
- 4) La sympathie apparente : vise à présenter des mesures ayant des conséquences négatives pour les immigrants ou les résidents étrangers comme étant « conçues pour leur propre bien » ou comme étant nécessaires pour l'harmonie ou le bien-être de la société et de ses membres, qu'ils soient d'origine nationale ou étrangère.
- 5) La justice, l'équité : se basant sur l'idée que la réalité politique impose aux responsables de prendre des décisions difficiles, mais nécessaires. Dans cette stratégie, on recourt notamment fréquemment à la justification « sévère, mais juste » et les politiciens la sollicitant réfutent systématiquement l'idée d'un quelconque préjudice à l'encontre de personnes d'autres couleurs ou cultures, cela même si ces dernières s'avèrent généralement être les victimes principales de leurs propositions.
- 6) Le transfert top-down : les élites admettent un sentiment xénophobe dans le pays, mais le justifie par le ras-le-bol des citoyens « ordinaires » qui en seraient à l'origine ainsi que par les prétendus comportements des minorités qui tendent à irriter et provoquer la population indigène.
- 7) La justification : certaines décisions prises ou proposées sont légitimées par la « force des faits » et l'exploitation (parfois effrontément abusive) de chiffres et données statistiques sur la situation internationale, les difficultés financières du pays, le nombre des réfugiés, etc.

4.2 LA CONSTRUCTION DES IDENTITÉS NATIONALES

L'invention de la nation, telle qu'elle a été entreprise à partir de la fin de XVIII^e siècle, correspond à un processus complexe qui ne s'avère, aujourd'hui, pas encore totalement abouti (Fleckner, Warnke, and Ziegler 2011). Ce processus de construction de l'identité a notamment connu un tournant fondamental durant la guerre franco-prussienne de 1870 puisqu'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 » (Noiriel 2007, 19). Ce tournant se manifeste également dans la production iconographique patriotique puisque, nous l'avons mentionné plus haut, 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^e 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'Etat 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 (Fleckner, Warnke, and Ziegler 2011) 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* ») (Marchal and Mattioli 1992) officie afin qu'une nation donnée puisse se doter d'images signifiantes permettant à la collectivité de s'identifier. Marchal (2006) va même plus loin dans sa vision critique, 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 leurs 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 n'en soient pour autant altérées²⁰. 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

²⁰ Voir à ce sujet le recours récurrent à la figure de Guillaume Tell dans l'affiche politique suisse présenté dans les sections 2.1 et 3.5.1 de ce travail.

« 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 » (Sanchez-Mazas 2004).

Le sentiment nationaliste a cependant connu des phases d'exacerbation et de diminution de son intensité et des formes de ses figures. Nous rejoignons différents auteurs (notamment Sanchez-Mazas (2004), Noiriel (2007) ou Grillo (2005)) lorsque ceux-ci parlent 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 le corpus d'affiches établi dans le cadre de ce travail, on constate également une utilisation accrue, sans précédent depuis la période de l'entre-deux-guerres, des symboles patriotiques depuis le début des années septante 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 au moins une quarantaine 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 (Zimmer 1998), 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'Etat-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 Etats 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 grand partie sur des mythes faisant référence à la défense et la délimitation de ses limites (Fleckner, Warnke, and Ziegler 2011), 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 Etats 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 Winkelried face 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^e 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 (Achermann et al. 2010, 2).

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'UE ou l'ONU 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'auto-détermination 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 (Achermann et al. 2010), 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) (Zimmer 1998) 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 » (Scott 2005, 40), 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 celles-ci sont déplacées hors de leur contexte officiel de diffusion et insérées dans un champ de référence plus large (Scott 2005, 44). Malgré une certaine multivalence et volatilité, ces symboles emblématiques « restent un des éléments essentiels dans les stratégies de légitimation de représentation des Etats » (d'Almeida 2006) 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 (Orgad 2012, 82) 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.

4.2.1 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 extrêmement importante dans le système helvétiques des représentations collectives (Marchal 2006, 16). La rhétorique de l'exceptionnalisme civique (Zimmer 2003) 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 (1992) estiment ainsi que l'identité nationale du pays se construit depuis le milieu des années 1880 tant dans sa forme, son contenu que sa mise en scène. Le début de XX^e 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 (Maire 2009). L'on remarque ici l'importance, pour les autorités étatiques, d'avoir le contrôle des formes culturelles et médiatiques 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'Etat fédéral moderne se voit ainsi marquées 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 Etats, la représentation identitaire helvétique semble se coupler d'une forme d'adoration du peuple « commun » comme unité forte et résistante face à l'adversité²¹ (Achermann et al. 2010, 3) et 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 (Achermann et al. 2010) 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^e siècle et son histoire témoigne, ainsi, non pas seulement d'une « invention de la tradition », mais bien, comme le dit astucieusement Marchal (2006), 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 » (Clavien 1993, 21).

Souvent passéiste, 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 sembler 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, Schwyz et Unterwald dans l'imaginaire collectif suisse. La thématique iconographique des

²¹ « *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.

« *Drei Eidgenossen* » trouve ainsi sa connotation allégorique (Fleckner, Warnke, and Ziegler 2011) dès le début du XIX^e, voire même un peu plus tôt.

A 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 (1993, 108) lors de son travail sur l'helvétisme et son omniprésence dans les discours politiques et intellectuels du début du XX^e 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, de la vie pastorale et le reflet de qualités considérées comme constitutive du caractère national tels 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 (Zimmer 1998) 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.

5 HISTOIRE DE LA POLITISATION DE LA QUESTION ÉTRANGÈRE EN SUISSE

Nous 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 » (Arlettaz 2004, 43). 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 » (Palidda 2009, 73) 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 Etats 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 (Anderson 1991). 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 (2006, 87), 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 oscille d'une part entre retour de l'éthique, de la morale 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 ainsi un rôle non négligeable dans la naturalisation des dynamiques raciales et de l'exclusion (Goldberg 1993).

Noiriel (2007) 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 (1998) 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 cesse, depuis, de s'intensifier. La naissance de la « question étrangère » trouve cependant sa source dès la fin du XIX^e 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. Jusque dans les 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 faire diminuer le nombre d'étrangers résidents 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 (Achermann et al., 2010).

La Première Guerre mondiale marque également l'avènement d'une constante du discours politique suisse : la tradition d'accueil helvétique. Formulée dès le XVI^e siècle, elle revêt effectivement un caractère mythique tout au long du XIX^e et perdure, au moins, jusqu'au milieu de la seconde moitié du XX^e. « 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" » (G. Arlettaz, 2004). 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 (Skenderovic 2003, 191). 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 (votation ou initiative populaires) se sont ainsi focalisées sur une demande de restriction du phénomène migratoire. « A 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 Etats étrangers » (Arlettaz and Arlettaz 1998).

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 « Etre 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" » (Windisch 2002, 39). Ce constat de glissement sémantique est régulièrement noté chez différents auteurs, Arlettaz et Arlettaz (1998) 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 arrivons au même constat lors de la mise en place de l'exposition « L'étranger à l'affiche » (Garufo and Maire 2013).

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 » (Windisch 2002, 24). 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 » (Ebel and Fiala 1983, 15).

5.1 L'ÜBERFREMDUNG : NOTION TRANSERVERSALE 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 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^e 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 (Kury 2008). 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 (Skenderovic 2003) 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 (Fiala 1984, 21).

De manière générale, l'Überfremdung peut être définie comme une peur des étrangers et de l'altérité (Altermatt 1980/81), couplée avec 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 est menacé ; 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 (Skenderovic 2003).

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 » (Arlettaz 2004). 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 » (Lasserre 1993). 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'Etat 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 (2008) 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 en 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 (Altermatt 1980/81) :
 - 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 provoquée par celle-ci stimule le développement d'un mouvement anti-étranger. 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 automobilistes²², alors que les anciennes comme l'Action nationale tendent à se radicaliser (Skenderovic and D'Amato 2008, 44). 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 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 (Skenderovic and D'Amato 2008, 42). Premièrement, un discours double de

²² 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 positions nationalistes et sa récupération des thèmes classiques de l'extrême-droite (durcissement de la politique d'asile, de la législation sur les drogues, opposition aux instances supranationales, etc.).

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.

5.2 DE LA FIN DU XIX^E SIÈCLE AUX ANNÉES 1960

La question étrangère surgit en fait en Suisse de manière brutale dès la fin du XIX^e 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 » (Hess 2013) 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^e 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" (Noiriel 2007). La menace n'était alors pas perçue comme provenant de l'étranger, mais bien des classes populaires.

A 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 sanguinis* (Misteli and Gisler 1999, 98) et du changement de paradigme quant à l'octroi de la nationalité suisse qui s'en suivit. Le discours autour d'une surpopulation potentielle, menaçante, manifeste ou évitée de justesse (Romano 1998) 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 cours du XX^e et au-delà. La thématisation et la problématisation de l'étranger et du

soi, des mécanismes d'exclusion et de construction identitaire (Misteli and Gisler 1999) 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 (Arlettaz 2004, 15), 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'Etat 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, il 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 » (Arlettaz 2004, 39). 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'Etat 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 » (Arlettaz 2004, 14). A 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 34, p.97]. Mettant en scène un guerrier vigoureux repoussant une créature monstrueuse pourvue de serres crochues et 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



Figure 34 - Die Schweiz den Schweizern (Paul Kammüller, 1919)

laboure son champ, un massif montagneux se dessinant derrière lui. A 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 Waldstatten, 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 impersonnelle. Elle semble surgir de nulle part, mais avoir une cible précise, celle 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 [levier de rejet]. 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 [levier d'adhésion].

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 est menacée 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 bouches 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^e 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



Figure 35 - Extragabe an Ausländer 2 mal nein (Otto J. Plattner, 1922)

dans l'infiltration d'une idéologie « étrangère ». Le communisme est ainsi 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 71, p.144] 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, 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 »²³) et « *Basel* » (« Bâle »), deux hommes, l'un portant la tenue traditionnelle des armailis, 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 à 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 à la peau noire, les yeux exorbités et les lèvres larges et épaisses ; ou un quatrième à 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 physiognomisation 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 une nouvelle fois à une représentation de la menace étrangère telle qu'elle était comprise dans les années 1920.

²³ dans le sens du territoire étranger

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 rajouter, 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 [présentation négative de l'autre]. 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'Etat-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'Etat 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 Etrangers 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 physiognomique. 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 (Clavien 1993, 233) 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, 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 (1993, 221) traduit très bien la nature de l'esprit nationaliste du début du XX^e siècle dans cette citation tirée des « Feuilletts », 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 anticommunisme virulent et les difficultés économiques que traverse la Suisse dès 1920 favorisent l'émergence de la figure de l'« étranger profiteuse », comme nous avons pu le voir dans l'affiche créée par Otto Plattner en 1922 [Figure 35, p.99].

Le climat politique tendu marque le lancement de la première initiative anti-étrangère²⁴, l'« *Ausländerinitiative* » (Arlettaz and Arlettaz 1998), 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 » (Arlettaz and Arlettaz 1998)

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 (Skenderovic 2003). 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 d'avantage la politique d'accueil vers la fermeture » (Lasserre 1993, 216). De manière générale, Arlettaz et Arlettaz (1998) 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 (Misteli and Gisler 1999), sur le modèle du principe de la rotation des travailleurs étrangers.

²⁴ 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.

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'entreprises 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 aux 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 » (Arlettaz and Arlettaz 1998).

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 » (Fiala 1984, 27). 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 (1998) résume 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 étrangers²⁵, 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 ».

Cette nouvelle mouture de l'Überfremdung fondée avant tout sur des arguments économiques et structurels se manifeste également dans les discours visuels. En 1965, les

²⁵ 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'il quitte 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 opposant à ce principe de rotation.

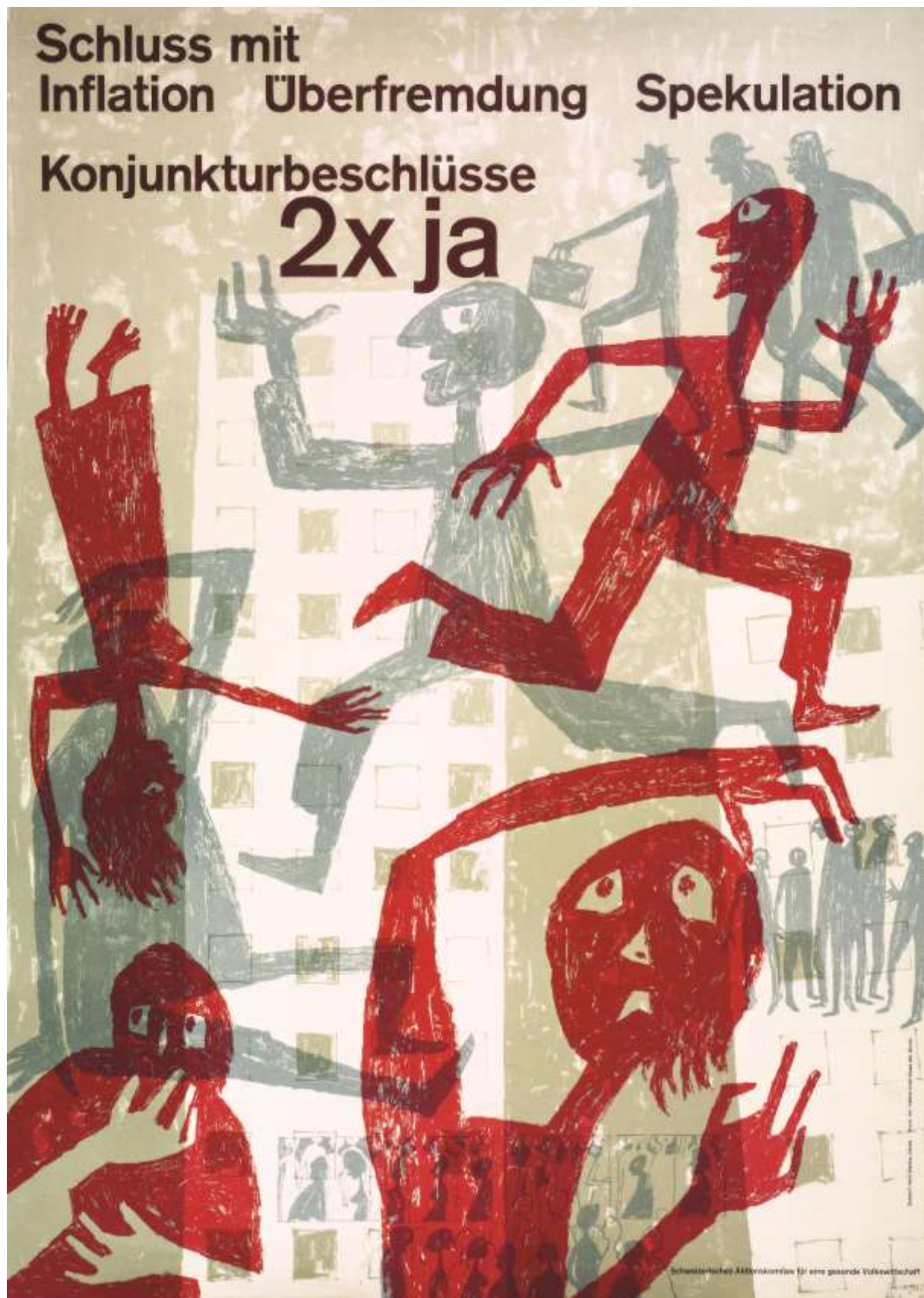


Figure 36 - Schluss mit Überfremdung (Inconnu, 1965)

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 36, p.105] 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 vêtus de chapeaux et portant des attachés-cases marchent vers le centre de l'affiche. Plus 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. Elles sont au nombre d'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 utilisateurs 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 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 est 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 particularisés : les trois hommes figurant dans le coin supérieur gauche de l'image sont ainsi affublés de chapeaux et de mallettes symbolisant certainement leur appartenance à la classe des hommes d'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 [levier de rejet]. Le contenu iconographique n'apporte par contre que peu d'éléments permettant d'identifier les déterminants de cet état de fait. 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 même trop pleine - pleine de constructions, pleine de gens, etc. Mais, si l'on se 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 [stratégie du bouc émissaire]. 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 se situe aussi dans 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, sont ainsi cantonnés sur le plan économique et social. L'idée de défense de la partie 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.

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 » (Arlettaz and Arlettaz 1998). Cette montée en tension de la question étrangère se situe également dans le contexte d'une demande croissante des pays d'origine des immigrés qui revendiquent de plus en plus de droits pour leurs ressortissants (Halter 2003). Ces revendications aboutissent notamment en 1964 (Romano 1999) sur 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.

5.3 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 immigrés en Suisse. Puis en 1963, sous la pression de l'emballlement 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, sur le 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 établi par la Confédération de la population étrangère 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 sur le terrain des débats sur l'immigration en Suisse. L'affiche [Figure 37110, p.110] émise par le PDZ durant sa campagne pour les élections de 1966 témoigne de l'influence croissante de cette forme de représentation de la présence étrangère.

Les deux tiers inférieurs de l'image sont occupés par un fond rouge à croix blanche, aux 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 dans 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.

Stop der Überfremdung

Demokratische Partei

Liste 7



Figure 37- Stop der Überfremdung (Atelier 8703 - Erlenbach, 1966)

Accueil oui... laisser-faire non



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

Initiative populaire «contre les abus dans le droit d'asile», case postale 128, 3000 Bern 26

UDC

Figure 38 - Accueil oui... laisser-faire non (Goal AG Werbung, 1999)

Les symboles que le PDZ convoquent 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 en 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 coeur 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 de 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 (Giroud 2005). 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 [levier de rejet]. 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 [levier d'adhésion].

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 zurichois, le danger d'Überfremdung est évident et il est temps d'agir et de circonscrire ce phénomène.

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 affiche²⁶ [Figure 38, p.111] 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

²⁶ Pour une analyse de cette allant plus loin dans le détail de cette affiche et le processus visuel de criminalisation de l'étranger se référer au chapitre 5.5 du présent ouvrage.

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, un manteau et des gants de la même couleur. Cette tenue ainsi que l’attitude dégagée 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 faisant 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 ... laissez-faire non » opère ainsi selon une double perspective. La première partie balaye les potentielles accusations de racisme [dénier de racisme] et de non-respect de la tradition d’accueil helvétique en affirmant que le parti blochérien soutient l’accueil des réfugiés [sympathie apparente]. La seconde partie dénonce,

quant à elle, le laissez-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 [destruction du statu quo]. Le discours textuel établit donc, de facto, une opposition entre les « vrais » réfugiés (par ailleurs totalement absent 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 [opposition binaire].

Cette affiche est souvent considérée (Skenderovic 2005) 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 qu'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 juridique. 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.

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 propre et menacée est l'élément central (Misteli and Gisler 1999). 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, déclenchant 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



Figure 39 - Rausschmeissermethoden?
Schwarzenbach-Initiative, Nein! (Inconnu, 1970)



Figure 40 - 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)



Figure 41 - Überfremdungsinitiative nein (Celestino Piatti, 1970)

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 »)²⁷ [Figure 39, p.115] ou « Non à la Suisse de M. Schwarzenbach, isolée, rétrécie, ... »²⁸ [Figure 9, p.20], une affiche créée par le fameux illustrateur Celestino Piatti [Figure 41, p.116] met l'image à l'honneur. Produite par l'*Aktionskomitee gegen die Überfremdungsinitiative* (Comité d'action contre l'initiative sur l'emprise étrangère), l'affiche constitue la première production graphique 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. 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 celle du drapeau suisse. Le contexte d'énonciation du message semble peu clair si l'on s'en tient

²⁷ Anonyme. 1970'. "Rausschmeissermethoden? Schwarzenbach-Initiative, Nein!" Pp. -SNL-

²⁸ 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.l.] : Parti radical suisse.



Figure 42 - Nein - Zur Initiative gegen die Überfremdung ein klares Nein am 6./7. Juni (Linard Biert, 1970)

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 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 [levier de rejet]. 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 référence ou symbole connotés, si ce n'est le drapeau aux couleurs helvétique 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 42, p.118] des *Jungradikale* (Jeunes radicaux) bâlois va cependant nettement plus loin dans son attaque contre les propositions de Schwarzenbach. Très minimaliste sur le plan graphique, l'affiche 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 lisible²⁹, 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 même nazie.

²⁹ Il est cependant relativement difficile de savoir ce manque de lisibilité est dû à la qualité de la reproduction ou s'il figurait de manière identique sur l'affiche d'origine. Nous penchons cependant plutôt en faveur de la seconde hypothèse.



Figure 43 - wir brauchen diese Menschen... und sie brauchen uns. Schwarzenbach-Initiative: nein !

Une autre affiche [Figure 43, p.120] 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 d'halo gris foncé, se détache du fond gris clair, dont on remarque par la texture irrégulière qu'il a certainement été peint sur une feuille blanche. Cette silhouette aux contours bien particuliers ne possède ni visage, ni autres traits permettant de la personnifier. Elle possède cependant bien une tête et 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. A gauche de la silhouette, on retrouve ainsi 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 même, 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 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^e 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



hier
terre de refuge,
demain
terre de refus?

initiative schwarzenbach
votez



citation francis gay/eston

Figure 44 - Hier terre de refuge demain terre de refus ? Initiative Schwarzenbach Votez non (François Gay, 1970)

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 portrait d'étranger.

La figure du travailleur étranger apparaît, par contre, plus explicitement sur l'affiche [Figure 44, p.122] 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 par un certain nombre 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. A 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. A côté du slogan « hier terre de refuge, demain terre de refus ? », figure un petit drapeau suisse rouge 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 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,

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

Mt. Ann. D. Pirelli & C. 1974

Figure 45 - 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)

biensûr, 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 convoie 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. A côté de ces premières productions, figurent également celles d'un acteur particulier dans les débats sur la question étrangère : la gauche communiste qui s'engagera notamment contre les initiatives soumises en votation en 1970 et en 1974. L'orientation idéologique du parti influe fortement sur les discours déployés dans les items de communication créés par le mouvement, produites dans un style artisanal, qui n'est pas sans rappeler les affiches produites durant les événements 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'« Etat bourgeois »³⁰. On retrouve ainsi des argumentations du type de celle-ci : « les frontières nationales sont dans chaque pays l'instrument de la politique de domination de la bourgeoisie sur toute la société »³¹.

L'affiche qui synthétise certainement le mieux ce positionnement particulier de l'extrême-gauche romande est produite 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 45, p.124]. La 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. A 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

³⁰ Anonyme. 1974. "L'action nationale ne propose pas seulement d'expulser 500'000 ouvriers étrangers, elle propose aussi: moins d'argent pour, Hôpital, Ecole, 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.

³¹ 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-.

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 ouvriériste 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 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.

La première votation fédérale sur une initiative « contre l'emprise étrangère » est ainsi une date importante tant sur le plan purement politique que 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 initiative « 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. Ces deux initiatives sont nourries par une forme de haine de la population italienne (Buomberger 2004) et une peur latente chez un



Figure 46 - Volksbegehren gegen die Überfremdung, Ja für die Schweiz, Initiativkomitee, Steinwiesstrasse 5, 8032 Zürich (Inconnu, 1970)



Figure 47 - Initiative contre l'emprise étrangère, Oui, ...Pour notre avenir, Le 20 10 74 (Inconnu, 1974)



Figure 48 - 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)

Si la préservation de l'identité nationale et de la prospérité helvétique figure effectivement sur certains des items de communication visuelle produits par les supporters 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 affiche³² rouge et blanche sur laquelle est simplement apposé le texte « *Volksgebehren*³³ 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. L'image laisse penser que dans ce landau figure très certainement son petit frère ou sa petite sœur. 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 lorsque l'on compare celles-ci avec les affiches produites durant la période de l'entre-deux-guerres ou dès la fin des années 1990. Une seule des affiches présente dans notre corpus met vaguement en scène l'étranger touché par les propositions de l'Action nationale, mais de manière extrêmement distanciée.

Sur une affiche [Figure 48, p.127] produite dans le cadre de la campagne pour les élections fédérales de 1971, l'Action nationale publie effectivement 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. ce ne sont pas moins de près de quarante mots qui sont mentionnés) apparaît sur un fond rouge uniforme. Dans la moitié supérieure de l'affiche se dessinent cependant 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

³² Volksbegehren gegen die Überfremdung, Ja für die Schweiz, Initiativkomitee, Steinwiesstrasse 5, 8032 Zürich. 1970.

³³ L'affiche utilise ici, de manière relativement surprenante, un terme que l'on utilise généralement pour parler des instruments de la démocratie directe allemande. En Suisse, le terme Volksinitiative est plus fréquemment utilisé pour définir ce terme.

déchirure. Le texte, imprimé en lettres blanches, qui y figure est le suivant : « l'Emprise étrangère Surpeuplement Explosion des loyers ». A 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'AN. Si la foule est là pour symboliser ce soi-disant 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 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.

Un nombre important d'affiches recensées soulignent effectivement la contribution économique des immigrants à la Suisse. Pas moins de sept affiches interrogent 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 [levier de rejet]. Cette rhétorique, dont on trouve la première occurrence en 1970 déjà dans une affiche³⁴ [Figure 49, p.130] sur laquelle un Suisse stéréotypé scie la branche de l'arbre de la

³⁴ Leffel. 1970. « Initiative Schwarzenbach Votez non ». [S.l.] : [s.n.] – (Museum für Gestaltung Zürich, Plakatsammlung, © ZHdK) (Garufo and Maire 2013, 34)



Figure 49 - Votez non (Leffel, 1970)



Figure 50 - 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)

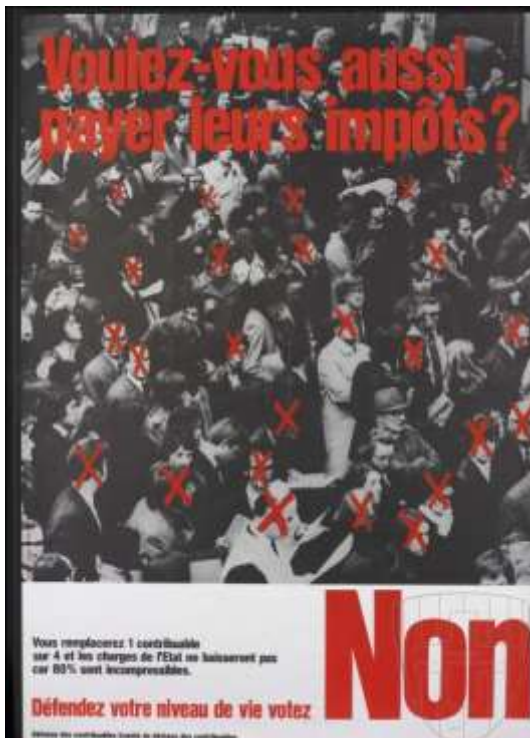


Figure 51 - Défendez votre niveau de vie, votez Non, Voulez-vous aussi payer leurs impôts? Vous remplacerez 1 contribuable sur 4 et les charges de l'Etat ne baisseront pas car 80% sont incompressibles (Inconnu, 1974)

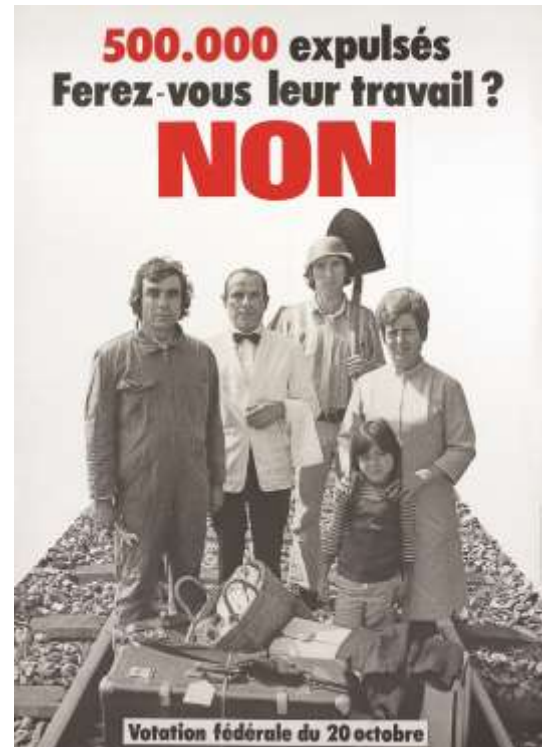


Figure 52 - 500.000 expulsés. Ferez-vous leur travail? NON (Inconnu, 1974)



Figure 53 - Wenn die Pyramide fällt, fällst auch Du! Überfremdungsinitiative 3 nein (Edgar Künz AG Luzern, 1974)

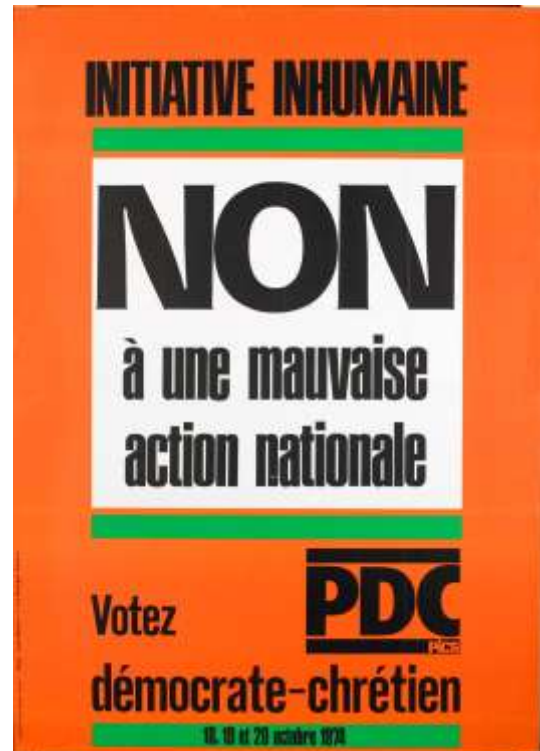


Figure 54 - Non à une mauvaise action nationale, Initiative inhumaine, Votez démocrate-chrétien, 18, 19 et 20 octobre 1974 (Inconnu, 1974)



Figure 55 - Non à M. Schwarzenbach. Parti radical (Atelier André Masméjan Genève, 1974)



Figure 56 - Ins eigene Fleisch schneiden? Überfremdungs-Initiative III, Nein!, Nationale Aktion (J.C. Müller AG Zürich, 1974)

« 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 50, p.130]. Le Comité de défense des contribuables interroge, quant à lui, les votants, leur demandant « Souhaitez-vous aussi payer leurs impôts ? » [Figure 51, p.130] alors qu'un autre comité interpelle le spectateur par un « 500'000 expulsés. Ferez-vous leur travail ? » [Figure 52, p.130].

Le seul exemple, parmi ces affiches exploitant une justification utilitariste de la présence des travailleurs étrangers dans le pays, d'une convocation de la figure symbolique du *Gastarbeiter* est celui de la pyramide humaine³⁵ d'Egard Küng pour le *Schweizerisches Aktionskomitee gegen die Ausweisung von 500000 Ausländern* [Figure 53, p.131].

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'Etat 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 54, p.131]. Sur le plan visuel, elle est symbolisée notamment dans une affiche [Figure 55, p.131] du Parti radical. Cette rhétorique 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 présente la Suisse voulue par Schwarzenbach comme une Suisse dont les contours sont floutés et dont la silhouette tend à s'effacer. Dans l'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 ». Le discours visuel et textuel vise 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 [Figure 56, p.131] « *Ins eigene Fleisch schneiden ?* »³⁶ (littéralement « couper dans sa propre chair ? », mais l'expression est ici utilisée dans le sens de « se faire du tort ? ») dans laquelle la « Nationale

³⁵ Pour une description détaillée de cette affiche, veuillez consulter le chapitre 6.4 de ce travail.

³⁶ Idem

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'AN 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). 1977 marque cependant une nouvelle tentative du Mouvement national d'action républicaine et sociale, nouveau fer de lance de Schwarzenbach, qui réussit à faire passer en mars les quatrième et cinquième initiatives contre l'emprise étrangère en votation. 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 supporters se manifeste, notamment, fortement dans les quelques affiches produites pour contrer les objets. Une affiche³⁷ du Parti libéral, peu intéressante sur le plan graphique, l'exprime par exemple ainsi « 4^e initiative anti-étrangers non une nouvelle fois ! ». Le Comité romand contre les initiatives xénophobes diffuse, quant à lui, une affiche [Figure 58, p.134] à l'argumentation et au design minimalistes. Sur un fond rouge-bordeaux uniforme 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 font ressortir de manière beaucoup moins nette.

³⁷ Masméjan, André. 1977. "Votations fédérales et cantonale, 4^e initiative anti-étrangers, 5^e initiative anti-étrangers, Traités internationaux, Contre-projet de l'Assemblée fédérale, Initiative fiscale cantonale, Parti radical, 5 fois non, 11, 12 et 13 mars 1977." Pp. -BPUGE-. [S.l.] : Parti radical.



Figure 57 - Votations fédérales et cantonale, 4e initiative anti-étrangers, 5e initiative anti-étrangers, Traités internationaux, Contre-projet de l'Assemblée fédérale, Initiative fiscale cantonale, Parti radical, 5 fois non, 11, 12 et 13 mars 1977 (André Masméjan, 1977)



Figure 58 - 4e + 5e initiatives xénophobes. Votez non 12 + 13 mars (P. Besson, 1977)

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^e + 5^e [initiatives xénophobes] » et « voter [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.

Le parcours de ces différentes affiches nous permet de rejoindre les conclusions établies par Ebel et Fiala (1983, 12) dans leur analyse des discours sur l'immigration durant les années 1960 à 1980. Les deux auteurs remarquent ainsi que « certains se sont opposés aux initiatives au nom de la "nécessaire sauvegarde du pays et de son économie". D'autres ont fait du même thème un argument pour le oui. Dans la majorité des discours, le oui comme le non ont été énoncés et argumentés à partir de catégories sémantiques communes. Partisans et opposants se sont affrontés sur divers terrains et avec des arguments multiples, de nature politique, économique, humanitaire, morale. Quelle que soit leur diversité, voire leur antagonisme, tous ces discours reposent sur la distinction Suisse/Etranger. »

Si cette distinction se manifeste certainement fortement dans les formes linguistiques utilisées (nous vs eux, etc.), la distinction fondamentale basée sur la nationalité est, à n'en pas douter, moins prononcée dans les discours visuels. Les acteurs ne se trouvent effectivement que très rarement symbolisés dans les affiches analysées. Il semble ainsi que les porteurs du Mouvement contre l'emprise étrangère aient fait preuve d'une certaine retenue dans les créations graphiques utilisées pour soutenir la diffusion de leur message. La figure du Gastarbeiter, pourtant cible principale des discours sur l'Überfremdung de cette époque, est ainsi quasi absente des mises en scène politiques de cette période et, lorsqu'elle apparaît tout de même sur ces images, il s'agit toujours de productions issues des opposants à ces propositions.

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, évite 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 votation suivante 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.

De nouveaux acteurs entrent alors en piste, non pas pour demander une réduction de leur nombre ou un renvoi de ceux-ci, 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 » (Castelnuovo-Frigessi et al. 1978, 36).

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. Sur les 24 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 supporters 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 »³⁸ [Figure 59, p.138], de privilégier les étrangers au détriment des citoyens suisses (« d'accord pour les droits, mais non aux privilèges »³⁹) [Figure 17, p.22] ou de promouvoir « une fausse "solidarité" » [Figure 61, p.138]⁴⁰.

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 »⁴¹ [Figure 62, p.138]. 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 images⁴² mettent, une nouvelle fois, en scène une représentation stéréotypée de la figure de l'étranger (on retrouve inévitablement l'homme au teint mat et à l'épaisse moustache noire), parfois couplée avec 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. 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 ».

³⁸ Jacot, Pierre-André. 1981. "Vigilance, Non-solidaires d'une initiative... germe de chômage, de pénurie de logis et de crise économique." Pp. -BPUGE-. [Genève] : Vigilance. On retrouve ici des arguments faisant fortement écho à la rhétorique anti-Überfremdung développée dans les deux décennies précédentes.

³⁹ R. Wälti (1981). Initiative "Être solidaires". Etrangers : d'accord pour les droits, mais non aux privilèges. Genève : Comité romand contre l'initiative "Être solidaires"

⁴⁰ Wälti, R. (1981). Non à une "fausse" solidarité. Parti libéral: -BPUGE-.

⁴¹ Balmer, E. 1981. "1=1, Justice pour eux, dans l'intérêt de tous, OUI, à l'initiative Être solidaires les 4/5 avril." Pp. -MédiathèqueVS-Sion-.

⁴² Plusieurs des affiches mentionnées ici sont présentées en détail dans la section 6.5 de cet ouvrage.



Figure 59 - NON-SOLIDAIRES d'une initiative ... germe de chômage, de pénurie de logis et de crise économique! (Pierre-André Jacot, 1981)



Figure 60 - Initiative "Etre solidaires". Etrangers: d'accord pour les droits, non aux privilèges (R. Wälti, 1981)



Figure 61 - Non à une "fausse" solidarité (R. Wälti, 1981)

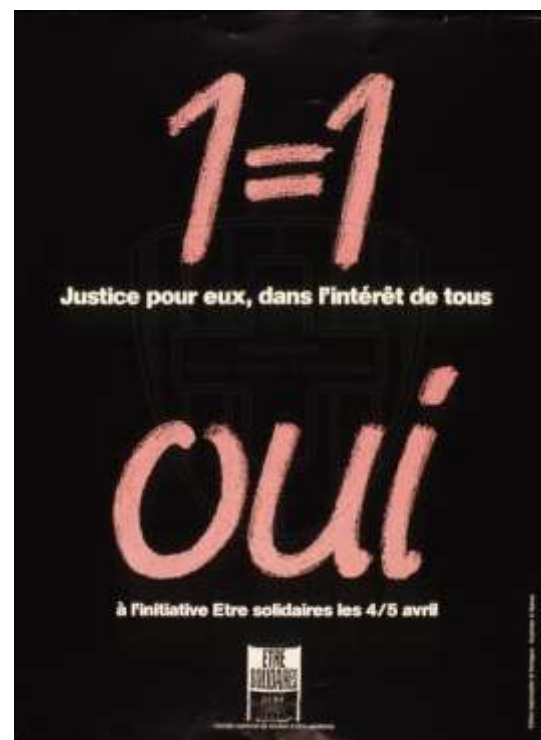


Figure 62 - 1 = 1 Justice pour eux, dans l'intérêt de tous. Oui à l'initiative Etre solidaires les 4/avril (E. Balmer, 1981)



Figure 63 - Abolition du statut de saisonnier. Droits égaux pour tous les travailleurs. Regroupement familial. Etre solidaires. 4-5 avril 81 oui (Inconnu, 1981)

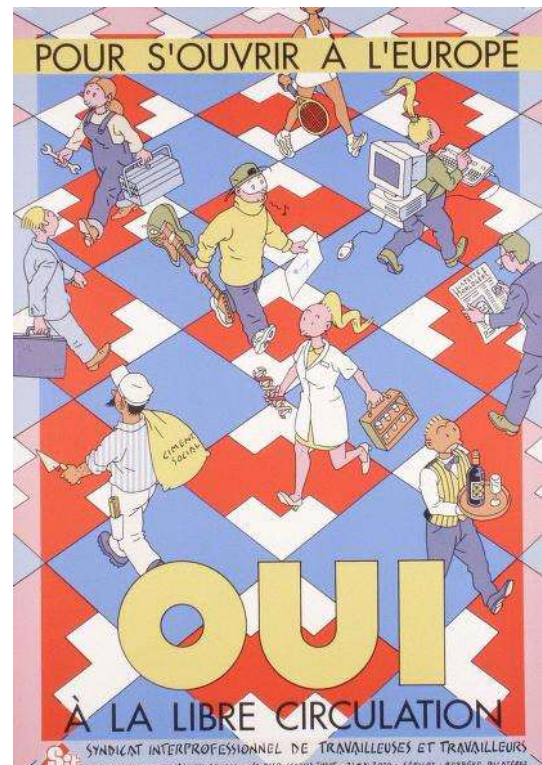


Figure 64 - Pour s'ouvrir à l'Europe. Oui à la libre circulation (Exem, 2000)



Figure 65 - Votez oui à la libre circulation des personnes (Inconnu, 2005)



Figure 66 - Maria statt Scharia! Liste 1 SVP (Inconnu, 2009)



Figure 67 - Ausländerstimmrecht 2xNEIN (Inconnu, 2010)



Figure 68 - Expulsons les étrangers criminels! (Inconnu, 2010)

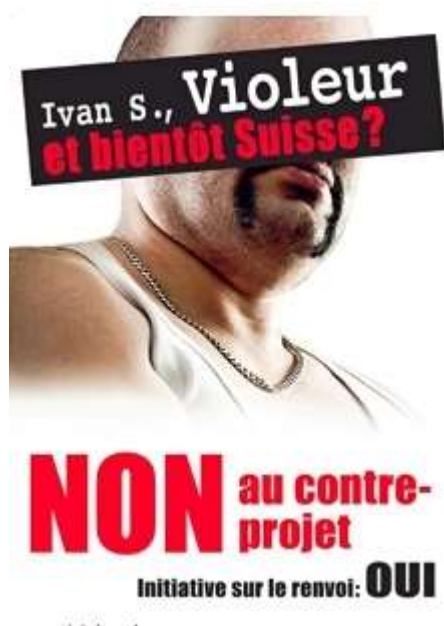


Figure 69 - Ivan S. violeur et bientôt Suisse? NON au contre-projet. Initiative sur le renvoi_ OUI (Goal AG Werbung, 2010)

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 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 52, p.130] et marque l'implication des travailleuses étrangères dans le domaine de l'économie domestique ». Cette occurrence marque l'unique convocation d'une figure féminine de la migration dans les productions datant d'avant les années 1980. Les personnifications féminines du phénomène resteront 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 [Figure 63, p.139] en faveur de l'initiative « Etre solidaires »), une ouvrière de la restauration, de l'économie domestique ou du domaine des soins ou une victime devant être protégée.

A partir des années 2000, on note cependant une polarisation des discours genrés sur la thématique des étrangers en Suisse. D'un côté, une majorité des acteurs semble concéder une certaine diversification des figures féminines de la migration, qui si elles restent très fortement minoritaires dans leur fréquence d'occurrence, sont parfois représentées hors des schémas classiques [voir par ex. Figure 64 et Figure 65]. De l'autre, les formations populistes et conservatrices tendent à renforcer leur vision patriarcale de la société et soulignent la prétendue vulnérabilité des femmes. Deux figures principales semblent ainsi émerger dans ce contexte énonciatif. La « femme musulmane » opprimée, représentée vêtue d'une burqa [Figure 66, p.139] – ici symbole absolu d'emprisonnement et de soumission – vient ainsi cristalliser à la fois la peur de l'inconnu et la légitimation de présenter l'islam comme une religion barbare, en opposition aux valeurs occidentales. Le féminisme, cependant farouchement critiqué par la majorité de ces formations dans d'autres contextes, s'impose ici comme une manière de rejeter en masse l'immigration de confession musulmane et de justifier les attaques contre celle-ci. L'étranger de sexe masculin est, quant à lui, de plus en plus fréquemment représenté sous les traits d'une masculinité brutale, notamment par la figure rémanente de l'« étranger criminel » [Figure 67, p.140 et Figure 68, p.140] qui trouve son paroxysme dans la campagne de soutien à l'initiative de l'UDC pour le renvoi des étrangers criminels. Dans le cadre de la campagne de 2010 et de 2016 (initiative dite de « mise en œuvre »⁴³), le parti blochérien diffuse effectivement le portrait emblématique d'Ivan S.

⁴³ L'UDC a déposé cette initiative à fin 2012 auprès de l'Assemblée fédérale pour garantir, selon ses propres termes, « l'application fidèle de l'initiative sur le renvoi que le peuple et les cantons ont approuvée le 28

[Figure 69, p.140] « Violeur, et bientôt suisse ? » et promeut ses initiatives par le slogan « Mieux protéger nos femmes et nos filles ». On découvre ici une nouvelle construction argumentative tendant à présenter les immigrants masculins comme des dangers sexuels (Sarrasin et al. 2015) dont le narratif fait référence aux classiques de la rhétorique raciste (théorie du « grand remplacement », traite des blanches (Morin 1969), etc.).

5.4 LA TRANSITION DES ANNÉES 1980 :

En parallèle à cette dernière initiative 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 du tiers-monde, 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 la Convention de Genève et le 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 (Arlettaz and Arlettaz 1998, 138).

Différents auteurs (Udris, Imhof, and Ettinger 2009) considèrent ainsi les années 1980 comme un tournant, un renouveau de la politisation de la question étrangère 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) de 1981 qui était cependant soutenue par la majorité des grands partis du pays, à l'exception de

novembre 2010 » (UDC 2016). Depuis l'acceptation de cette première initiative sur les étrangers criminels, le parti n'a effectivement eu cesse de critiquer l'attitude du Gouvernement et du Parlement fédéral dans le processus d'implémentation de cette nouvelle législation, l'accusant de dénaturer le texte approuvé par le peuple et de faire preuve de laxisme et tiédeur dans l'application de l'initiative.



Figure 70 - rester maître chez soi ! avec VIGILANCE (Pierre-André Jacot, 1983)

l'UDC qui se démarque alors comme un acteur de plus en plus influent sur ces questions. 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 70, p.143] éditée dans le cadre de la campagne de l'organisation populiste pour les élections fédérales de 1983. Lorsque l'on regarde celle-ci, 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 de 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 71, p.144] 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 foncée 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 [stratégie d'anonymisation] 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 inopportune. Cette menace, si elle est clairement définie comme étant d'origine étrangère,



Figure 72 - 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)



Figure 73 - Non à la loi sur l'asile. Un coup d'oeur avec le parti démocrate chrétien (Inconnu, 1987)



Figure 74 - Damit wir helfen können, die wirklich Hilfe brauchen. Ja zu den Asyl-Vorlagen (Inconnu, 1987)



Figure 75 - Limitation de l'immigration Oui ... sur 3 rapatriés volontaires seulement 2 nouveaux immigrants

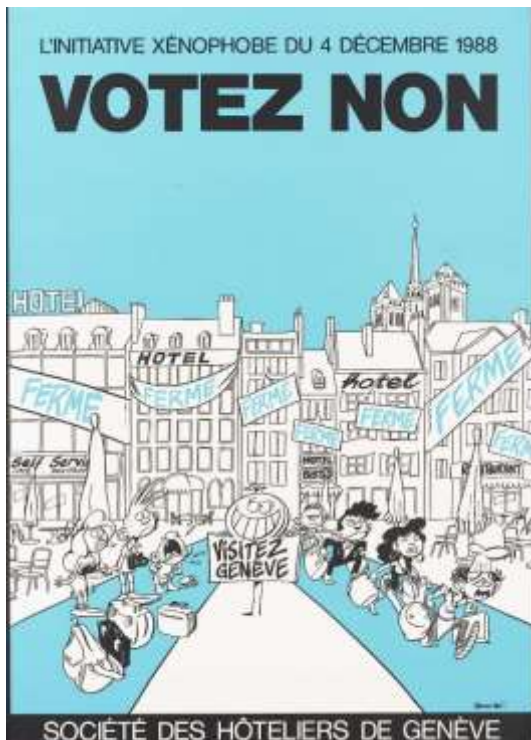


Figure 76 - L'initiative xénophobe du 4 décembre 1988 VOTEZ NON (Inconnu, 1988)



Figure 77 - Que ferions nous sans eux? Initiative populaire pour la limitation de l'immigration NON 2-4 décembre (Inconnu, 1988)



Figure 78 - Ils bâtissent pour vous. vous voterez pour eux: oui aux 40 heures! non à l'Action Nationale! oui à l'initiative ville-campagne! (Inconnu, 1988)

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 prégnante.

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. Celui-ci fut effectivement l'un des architectes du renouveau de la rhétorique anti-immigration en Suisse romande et le premier, à recourir à la notion de « faux réfugié » dans ses affiches [Figure 72, p.147]. Il fut également un ardent opposant à la ratification de traités internationaux et à l'adhésion de la Suisse aux organisations internationales, percevant toutes propositions 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 étrangère. 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 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 symboles visuels anciens, il est également symptomatique d'une réapparition des discours et idéologies conservateurs et d'un durcissement dans le ton des discours visuels ; un processus qui ne fera que s'intensifier dans les décennies suivantes, notamment de par la professionnalisation grandissante de la communication politique, le développement croissant des démocraties médiatiques et la radicalisation des discours sur l'immigration.

Si l'asile occupe, à nouveau, le devant de la scène lors de la révision de la LAsi en 1987, la figure du travailleur étranger marque 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 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 a cependant donné lieu à une série d'affiches relativement importante, signe que l'objet a suscité la mobilisation de nombreux acteurs.

Si la votation de 1987 sur l'asile et les étrangers avait déjà engendré une forte implication des organismes opposés à cette révision, les représentations picturales de l'étranger, en tant que telles, restent absentes de leurs outils communicationnels. Bien que la question de l'asile ait

focalisé 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) [Figure 73, p.147] et le rejet d'une politique de fermeture du pays⁴⁴, 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 abus⁴⁵) [Figure 74, p.147] 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 à 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).

Lors de la votation de 1988 sur l'initiative populaire de l'AN, les opposants à cette nouvelle tentative de diminution du taux d'étrangers dans le pays se mobilisent activement. Un certain nombre d'affiches sont 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 portrait-type de l'ouvrier moustachu (ce qui n'est pas le cas de l'affiche de l'AN [Figure 75, p.147]. L'affiche de la Société des hôteliers genevois [Figure 76, p.148] 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

⁴⁴ (voir à ce propos l'affiche du Referendumskomitee gegen die Aushöhlung des Asylrecht und die Verschärfung des Ausländergesetzes traitée dans le texte Frontières territoriales et idéologiques : un siècle d'affiches politiques en Suisse (1918-2013) figurant à l'Annexe V, p. cxix de cet ouvrage)

⁴⁵ 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

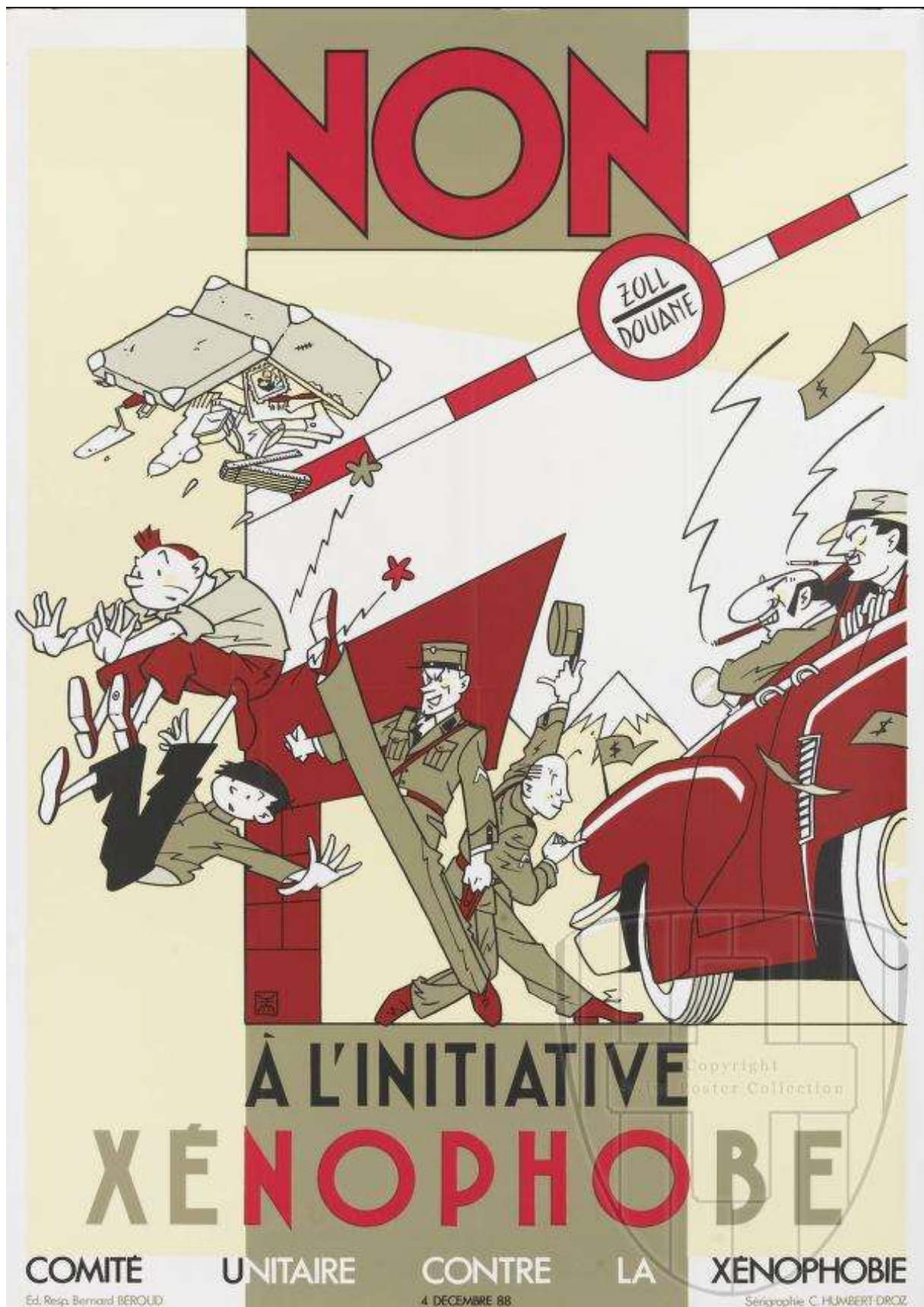


Figure 79 – Non à l'initiative xénophobe (EXEM, 1988)

d'un troisième homme aux cheveux clairs tout habillé de blanc. Tous ont les traits tirés, figés par la tristesse et la colère. A 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 affiche [Figure 77, p.148] 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 (une affiche du Syndicat du bâtiment et du bois (FOBB) indique notamment « Ils bâtissent pour vous. Vous voterez pour eux. » [Figure 78, p.148]), 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 créera 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 de grand public, comme dans le cas de son affiche [Figure 79, p.151] 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.

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 déployées 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 les criminels fortunés sont accueillis à bras ouvert. Le message développe ainsi l'idée d'une xénophobie sélective guidée par les intérêts financiers du pays.

5.5 DES ANNÉES 1990 À AUJOURD'HUI : LA LUTTE FAROUCHE POUR LE ALLEINGANG HELVÉTIQUE ET LA DIFFUSION D'UNE XÉNOPHOBIE DE MASSE

Les années quatre-vingt 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. A 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 » (Castells cité dans Sanchez-Mazas 2004, 203). 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 ».

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 la réaffirmation agressive des appartenances dès le début du XXI^e siècle, voire

la fin du XX^e 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'Etats-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 directe 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 (1999, 84) résume cet état de fait en le définissant comme l'apparition d'une nouvelle forme de racisme européen, d'ethnocentrisme, antisémitisme et de xénophobie basée sur les droits humains des migrants et de 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 (Gingrich and Banks 2006, 27).

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 votation populaire en 1992, d'adhérer à l'Espace Economique 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 » (Arlettaz and Arlettaz 1998). 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,



Figure 80 - Immigration : pourquoi tant de haine ? Non à une initiative simpliste et trompeuse (Helge Reumann, 1996)



Figure 81 - Stoppt illegale Einwanderung Ja zur Volksinitiative (Inconnu, 1996)



Figure 82 - Stoppt die illegale Einwanderung am 1. Dezember JA Volksinitiative gegen illegale Einwanderung (Inconnu, 1996)

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 [Figure 80, p.155] 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. A 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 une bande noire située 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 de par 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 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 l'immigrant clandestin pour défendre les restrictions du droit d'asile demandées par son initiative.

Les deux affiches⁴⁶ [Figure 81, p.155 et Figure 82, p.155] émises par le parti de Christoph Blocher pour soutenir son texte font effectivement entrer la notion d'illégalité⁴⁷ 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 blancs et bordeaux semblant émaner de coin supérieur gauche de l'image. Leurs contours peu nets et la répartition de leur coloration font penser aux images de caméra-surveillance, 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 foncée. 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 un « *SVP* » (« UDC ») en épaisses lettres blanches apposé 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

⁴⁶ Les deux affiches fonctionnant sur la même construction rhétorique, nous n'analyserons plus en détails que l'affiche comportant le logo vert « *SVP* » (« UDC »)

⁴⁷ Pour plus de détails sur cette notion, consulter le chapitre 7 « Visualizing migration as a threat : a new migratory peril aesthetics in Switzerland » de cet ouvrage

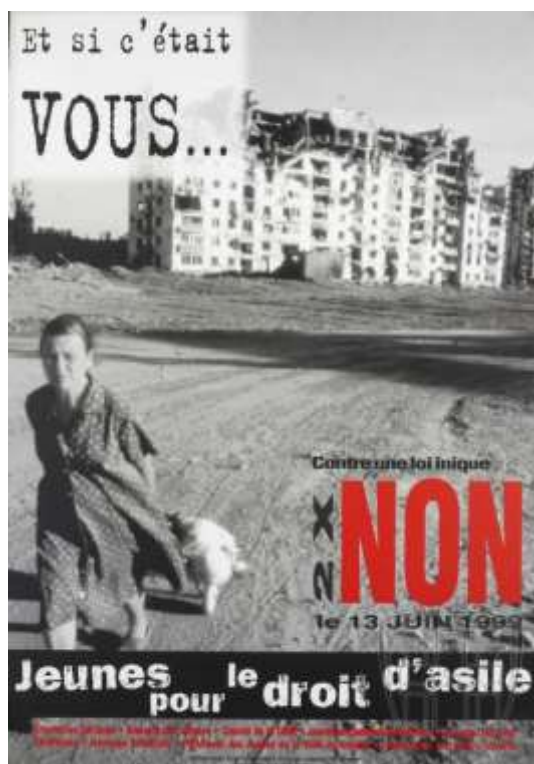


Figure 83 - Et si c'était vous... contre une loi inique 2xnon (Inconnu, 1999)

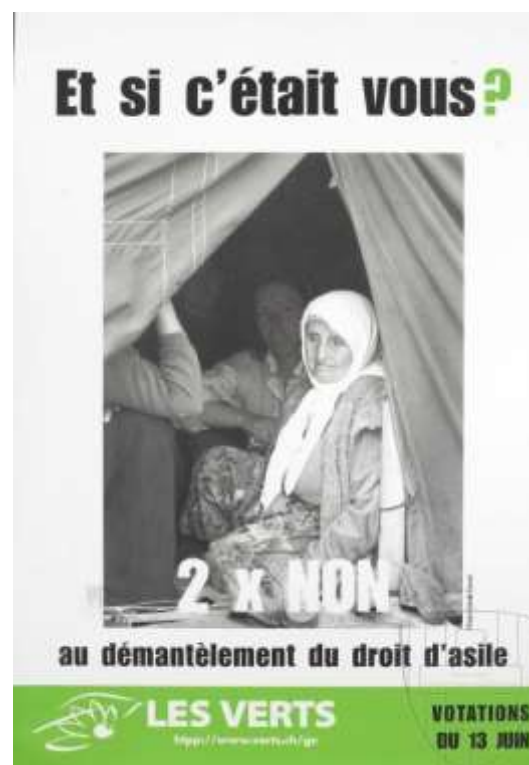


Figure 84 - Et si c'était vous ? 2xNON au démantèlement du droit d'asile. Votations du 13 juin (Isabelle Ducret, 1999)



Figure 85 - Droit et sécurité aussi pour les réfugiés. Démantèlement du droit d'asile: 2xnon le 13 juin

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 [stratégie d'anonymisation + levier de rejet]. 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 de par 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 par le lancement de la récolte de signature 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 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 84, p.158] 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 84, p.158] 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'extrême-gauche de la photo, figure une femme vêtue d'une robe-chemise foncée à pois blancs. 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 déposé un baluchon blanc. La femme marche, tirant derrière elle son petit chargement, sur un chemin de terre. A 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 alors 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 rouge vif vient ensuite attirer le regard du lecteur, qui parcourt ensuite les insertions textuelles entourant ce mot d'ordre (« 2x » 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. A 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 dramatique 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 la sollicitude du 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 notamment 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 85, p.158] produite par l'association Vivre ensemble dans la 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 seuls la tête et les mains se détachent. Celles-ci ne comportent aucun trait caractéristique ou 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 blanche 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 ainsi 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) est arbitraire et remet 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 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 38, p.111] 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 (voir notamment Skenderovic 2005) 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.

L'entrée de la lecture du message est constituée par une image centrale, occupant la majeure partie de l'affiche. Une croix blanche constitue le centre de la représentation. Celle-ci est apposée sur un fond rouge faisant office de trame de base pour l'ensemble de l'affiche. Le bras vertical de la croix comporte une large déchirure sur toute sa longueur. De cette déchirure surgit un homme. Ses mains gantées de noir écartent les deux pans de cette déchirure. Il apparaît au milieu de celle-ci et sa silhouette se détache clairement de l'arrière-plan allant du noir au gris figurant derrière lui. Son visage a des traits angulaires, son menton est carré, sa peau mate et ses cheveux noirs. Il porte une moustache tombante noire. Son visage présente une expression renfrognée, sa bouche affiche une mimique étrange. En plus de ses gants noirs, l'homme porte un manteau noir et de larges lunettes de la même couleur. Celles-ci sont larges et recouvrent ainsi la totalité de ses yeux.

Autour de cette image gravitent un certain nombre d'éléments textuels venant ancrer le message dans un contexte d'énonciation précis. Après avoir été happé par la force graphique de l'image au centre l'affiche, le regard est redirigé vers le haut de la production, tout d'abord

vers la mention « laisser-faire non » dont les lettres sont plus grosses et d'une couleur identique à celle de la croix, puis la mention « accueil oui ... » figurant au-dessus de celle-ci et étant imprimée dans un blanc moins vif et des lettres plus petites.

La lecture se poursuit ensuite vers le mot d'ordre « Signez l'initiative contre les abus dans le droit d'asile » qui permet de définir le contexte dans lequel a été produite cette affiche, imprimé en lettres blanches plus petites dans le coin inférieur gauche de l'image. Le message se termine finalement sur le logo du parti, un « UDC » imprimé en blanc sur un rectangle vert qui fait office de signature et désigne l'énonciateur du message.

Exploitant l'image centrale comme trame pour le narratif du message, l'affiche joue sur un symbolisme provocant. La croix blanche sur fond rouge fait bien sûr référence au drapeau national. Cette connotation est d'ailleurs renforcée par les variations verticales de tonalité de ce fond rouge qui lui donne un aspect « en mouvement ». L'emblème de la nation est cependant ici déchiré en son centre. Cette rupture d'un motif national sacralisé vient ainsi provoquer un sentiment d'agression chez le spectateur. Ce sentiment est d'autant plus renforcé par la présence sur l'image du responsable de cette attaque. L'homme qui surgit au centre de la croix adopte effectivement une expression et une attitude méprisante et menaçante. La position de ses mains sur chacun des bords de la déchirure rappelle qu'il a lui-même perpétré cette attaque contre l'emblème du pays. Sa tenue vestimentaire, notamment ses gants et ses lunettes, assigne au personnage une identité négative encore plus forte et le rattache à la représentation traditionnelle des criminels. Les motivations de l'individu qui surgit au centre de l'image ne laissent ainsi aucun doute.

Si l'objet profané fait directement référence à la nation suisse, l'appartenance nationale du profanateur n'est, quant à elle, pas clairement établie dans la narration visuelle. Le texte accompagnant cette image vient alors imprimer une signification supplémentaire au symbolisme de la scène. Les mots « accueil » et « asile » figurant dans le slogan et le mot d'ordre contextualise alors le déroulement de la narration. L'homme au centre la croix est un demandeur d'asile. La couleur de peau, les traits angulaires de son visage et le contexte socio-politique de l'époque nous permettent alors de comprendre que l'individu est originaire de la région des Balkans, que de nombreux ressortissants ont fui durant les années 1990 suite aux guerres de Yougoslavie. Une fois ce nouveau motif narratif posé, l'argumentation mise en place par le parti suit deux schémas rhétoriques : d'un côté, la dénonciation d'un laisser-aller dans la gestion politique du domaine de l'asile, de l'autre, la criminalisation des ressortissants étrangers.

La dénonciation du laisser-aller se base sur l'un des ressorts essentiels de la rhétorique populiste exploitée ici par le parti : le discours anti-establishment. Cette dimension

argumentative n'apparaît pas dans le discours visuel du parti et n'est effective que dans la mention textuelle « laisser-faire non », raison pour laquelle nous ne nous attarderons que brièvement sur celle-ci. Par cette formule, l'UDC se présente ainsi comme une alternative aux autres formations politiques et le seul acteur « prenant par les cornes » le problème de l'asile. Au-delà du domaine particulier de l'asile, le parti agrarien se présente comme le seul défenseur de l'identité nationale. L'opposition aux autres partis et le dénigrement des adversaires politiques sont ici utilisés de manière relativement typique discours populistes.

Le second schéma revêt un caractère beaucoup plus novateur et marque l'avènement d'une nouvelle figure de la rhétorique anti-immigration : celle du criminel étranger. L'identité de l'homme surgissant au centre de la croix n'est pas explicitement définie, mais elle présente tout de même deux caractéristiques indéniables : il est non-suisse, issu du domaine de l'asile et il correspond au profil symbolique type du criminel. La figure créée ici correspond à un schéma rhétorique au sein duquel les notions de criminalité et d'immigration sont si intimement liées que le glissement d'immigré à criminel semble presque naturel (Flores, 2003). Pour renforcer ce sentiment, on note d'ailleurs que, dans le cadre de la campagne en faveur d'une nouvelle initiative lancée en 2007, l'UDC utilise toujours la formule « étrangers criminels » (et non « criminels étrangers ») pour renforcer la légitimation de ce schéma. Dans le cadre de l'utilisation de cette formule, Van Leeuwen et Wodak (1999) identifie également différents « criminality scripts » dans lesquels les immigrants, notamment africains ou originaire d'Europe de l'Est, sont présentés comme des trafiquants de drogue ou des membres de réseaux criminels supranationaux. Cette tendance à la criminalisation des étrangers implique que l'on considère ces derniers comme intrinsèquement liés à des activités délictueuses. En établissant une généralisation de la figure de l'immigré comme menace pour la sécurité du pays et de ses citoyens, cette nouvelle construction discursive établit une délégitimation générale de la migration et le fait ainsi pénétrer dans le champ de l'illégalité.

Dans cette affiche de 1999, le requérant d'asile représenté sur l'image symbolise ainsi l'entièreté du flux de l'asile, aucune représentation ne venant nuancer ou apporter une vision différente de la migration. Elle jette effectivement le discrédit sur les motivations des personnes qui viennent chercher refuge en Suisse et abusent de la « tradition d'accueil du pays ». Par la mention « accueil oui ... », le parti opère selon la stratégie argumentative de « déni de racisme » qui vise à prévenir toute accusation de ses adversaires allant dans ce sens. Il se défend ainsi de remettre en cause le droit des réfugiés à obtenir l'asile dans le pays et se présente comme un défenseur de ce principe qui est, selon lui, corrompu par des personnes abusant de ce droit. En plus de corrompre les lois helvétiques en abusant du droit d'asile, l'homme s'en prend directement à l'un des emblèmes fondamentaux de l'identité nationale.

Le saccage du drapeau est effectivement considéré comme l'une des actions symboliques les plus insultantes. L'homme s'immisce ainsi au cœur de la nation sans y avoir été invité et cherche à imposer sa loi, ou plutôt son non-respect de la loi, à l'Etat et à ses citoyens. La provocation ainsi engendrée vise à heurter la sensibilité du spectateur et à créer un sentiment immédiat de rejet à l'égard de cet homme et de ses actions. Le récit mis en place légitime ici le discours récurrent de l'UDC sur les abus du droit d'asile qui, selon le parti, « menacent notre sécurité et coûtent des milliards » (D'Amato 2011).

Du point de vue de la rhétorique visuelle, on assiste ici à 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 reprises⁴⁸, 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, 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 renouvellement 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, ou d'une orientation idéologique particulière dans le cas de l'anticommunisme, 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.

[

⁴⁸ 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)

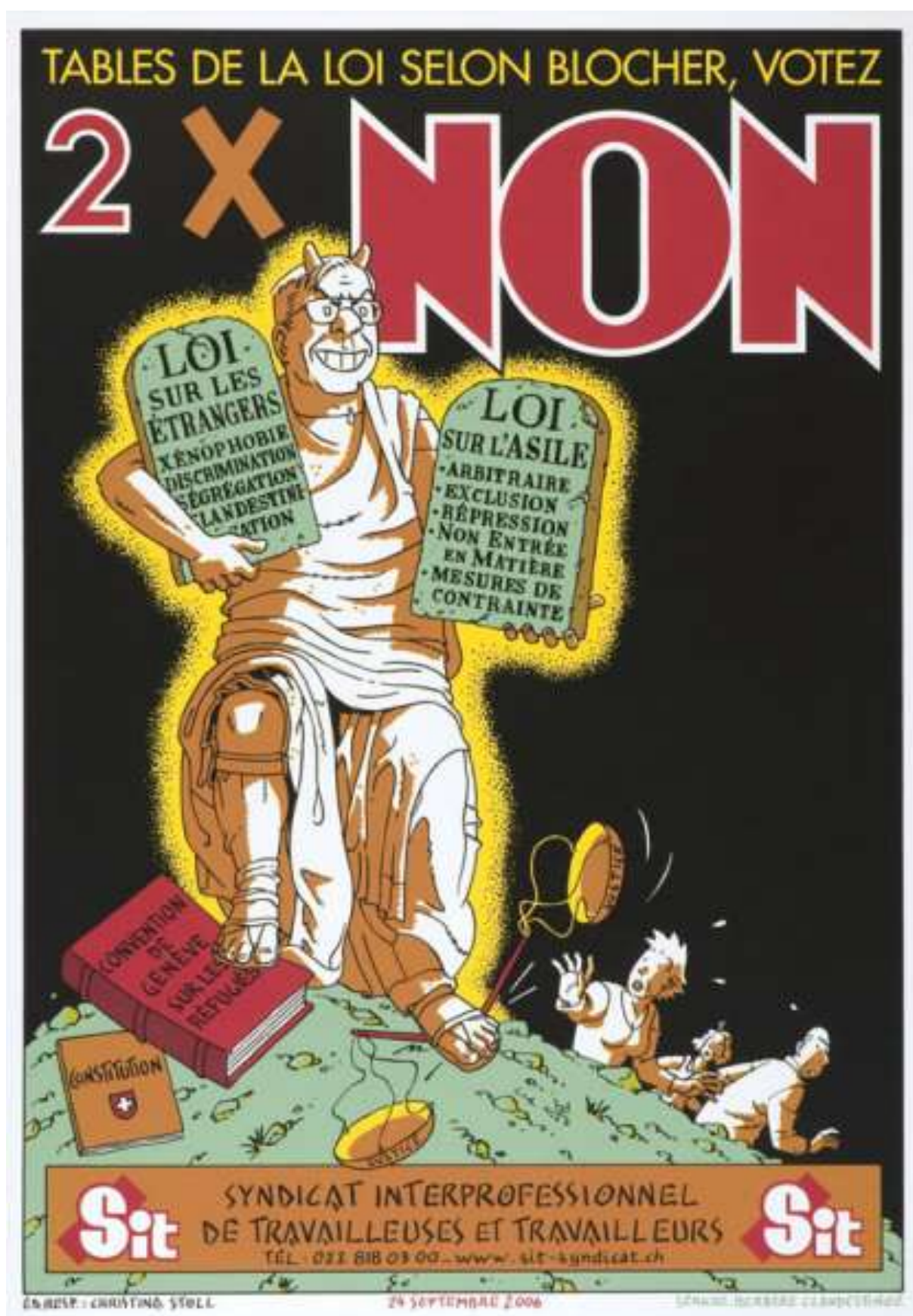


Figure 86 - Tables de la loi selon Blocher - votez 2 x Non, 24 sept. 2006 (EXEM, 2006)

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 migratoire 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 ainsi 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 (Duez 2008, 12-17).

Ce contexte ouvre le champ au développement d'une nouvelle esthétique du péril migratoire qui se manifeste sous quatre figures principales de la menace (Duez 2008). L'immigration est ainsi perçue à la fois comme une menace pour la prospérité économique et sociale, pour l'identité « indigène », et pour la sécurité intérieure (menace criminelle) et nationale (menace terroriste). 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* » (Gingrich and Banks 2006, 20), 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-étrangères 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'extrême-gauche 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 »⁴⁹.

Cette stratégie de personnification de la xénophobie trouve son paroxysme visuel dans l'affiche créée par Exem [Figure 86, p.167] dans le cadre de cette échéance populaire. Jouant sur l'esthétique caractéristique de l'auteur de bandes dessinées, 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 portent le titre « Loi sur l'asile », l'autre, « Loi sur les Etrangers ». La tenue de Blocher et les deux tablettes de pierres 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.

⁴⁹ Christoph Blocher est alors le ministre en charge du Département fédéral de justice et police en charge des questions de migrations au sein de l'administration fédérale.

En détournant une figure bien connue de l'iconographie biblique et en jouant sur son sens aigu de la caricature, Exem dresse ainsi un portrait au 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 figure 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 trois chapitres suivants de cet ouvrage. Issus de publications rédigées par l'auteure dans le cadre de différents ouvrages collectifs, ceux-ci offrent effectivement trois éclairages différents sur la construction et l'instrumentalisation des images de l'étranger et de la nation dans le paysage helvétique.

Le chapitre 6, intitulé « La représentation des immigrés italiens dans les affiches politiques de 1965 à 1981 : construction et déconstruction d'une image », a été publié en 2013 dans l'ouvrage "La migration italienne dans la Suisse d'après-guerre : Identités, discours et réalités" dirigé par Morena La Barba, Christian Stohr, Michel Oris et Sandro Cattacin. Il suit le parcours historique d'une figure importante de la « question des étrangers », celle du travailleur italien et retrace l'évolution de celle-ci au cours du temps.

Le chapitre 7, « *Visualizing migration as a threat : a new migratory peril aesthetics in Switzerland* », fait quant à lui, partie de l'ouvrage *Visual Politics of the Far Right* édité par Fabian Virchow aux éditions Springer. Il se focalise 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.

Le chapitre 8 est constitué de la contribution *"We are the other half ... the positive visual representations of foreigners in Switzerland before and after the 9th February"*, faisant partie de l'ouvrage *"Migration ein Bild geben. Visuelle Aushandlungen von Diversität"* également en cours de publication chez Springer et dirigé par Melanie Ulz et Christoph Rass. Il explore pour sa part les affiches promouvant une vision d'ouverture et de tolérance face à l'étranger des années 1970 à aujourd'hui.

6 LA REPRÉSENTATION DES IMMIGRÉS ITALIENS DANS LES AFFICHES POLITIQUES DE 1965 À 1981 : CONSTRUCTION ET DÉCONSTRUCTION D'UNE IMAGE⁵⁰

6.1 INTRODUCTION

La notion d'« Überfremdung » - la peur de l'emprise étrangère - est certainement la composante la plus emblématique de la politisation de la question migratoire suisse durant le 20^e siècle. Suivant les périodes, elle prend une définition changeante, se tournant d'abord vers le danger de germanisation dans les premières décennies du siècle, puis soutenant l'idée de la menace de l'afflux des travailleurs étrangers originaires du Sud de l'Europe dès la fin de la Seconde Guerre mondiale. Dans les années 1970, elle prend une nouvelle forme car, même si elle conserve des arguments propres à l'époque précédente comme le « dumping salarial », elle s'oriente aussi sur des thématiques neuves, plus sécuritaires et liées principalement à l'asile et à la libre circulation des personnes. Dans le cadre de cet article, je focaliserai mon étude sur la composante idéologique des années 1965 à 1981.

Afin de cerner cette thématique, je me pencherai sur l'analyse de diverses affiches politiques produites durant les dix-sept années en question. Elles nous serviront à retracer le cheminement rhétorique propre au développement des diverses figures et perceptions de l'immigration italienne au cours de ces deux décennies. Pratiquement exclusivement axées sur la question des travailleurs immigrés, elles illustrent parfaitement les différentes phases de construction et de déconstruction de l'image de l'ouvrier italien : les attaques de la gauche et des syndicats avant 1965, la « culturalisation » et l'« ethnicisation » par les partis de la droite populiste de la notion d'« Überfremdung » dès le milieu des années soixante et, finalement, les appels à la solidarité et à l'unité des travailleurs qui y répondent.

Mon approche se fonde sur une perspective proche des postulats des historiens culturels qui plaident notamment pour une meilleure prise en compte de l'image en tant que matière première de la recherche scientifique. « Il est bel et bien dans le projet culturaliste de donner

⁵⁰ Issu de la publication suivante : Maire, Christelle (2013). "La représentation des immigrés italiens dans les affiches politiques de 1965 à 1981 : construction et déconstruction d'une image", in La Barba, Morena et al. (éds.), La migration italienne dans la Suisse d'après-guerre: Identités, discours et réalités. Lausanne : Editions Antipodes.

toute leur place aux productions singulières (aux «œuvres» en particulier) qui contribuent à la construction des représentations collectives.» (Ory 2004, Zimmer 1998).

Burke estime, notamment, que les images permettent de témoigner de la manière stéréotypée dont les individus ou un groupe perçoivent le monde (Burke 2001). Ce nouvel élan paradigmatique, qui prend sa source dans le « pictorial turn » revendiqué par Mitchell en 1992, s'appuie sur l'idée d'une approche théorique des images qui se démarque de l'histoire de l'art et qui mobilise une nouvelle observation scientifique de la visualité et de la représentativité (Stiegler 2008).

Du côté de la sociologie politique à proprement parler, là aussi la prise de conscience de la validité empirique des images n'est que très récente. Peu d'auteurs adoptent ainsi la démarche de Müller et Özcan (2007) qui déplorent, eux-mêmes, le fait que le matériel visuel ne soit que rarement traité à sa juste valeur dans cette discipline. Leur approche se situe dans la lignée des travaux de Panofsky sur l'iconographie politique. Cette méthode d'interprétation préconise une méthodologie en trois temps : premièrement, la description iconographique de l'image ; deuxièmement, l'analyse en tant que telle ; et finalement, l'interprétation du visuel dans son contexte historique. Dans le cadre de ce travail, je tenterai de suivre ces préceptes afin de produire une analyse fondée, dans laquelle les supports visuels sont appréhendés en tant que sources d'informations fiables.

Cette nouvelle prise en compte de l'image dans les sciences politiques, particulièrement prégnante dans le contexte de la recherche germanophone, promeut le « pictorial turn » en tant que composante d'un mouvement plus général, le « cultural turn », survenu dans cette discipline. Elle milite en faveur de la mise en place d'un programme de recherche qui ne doit en aucun cas retourner aux modes traditionnels d'interprétation de l'image (Hofmann 2004). Dans une perspective semblable, Hofmann estime que la communication visuelle politique est un phénomène culturel et historique et ne peut être compris qu'en tant que tel.

La mise en place d'une méthodologie différenciée de l'approche traditionnelle des images, liée en grande partie à des disciplines telles que l'histoire de l'art, est indispensable pour pouvoir rendre compte d'une analyse des composantes politiques et symboliques de ces affiches. Pour ce faire, notre grille d'analyse sera, en tant que telle, fondée sur les apports de la méthode sémiologique.

6.2 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* »⁵¹, 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. Ces flux massifs de travailleurs immigrés n'ont pas été 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 furent les syndicats.

Dès 1957, Arthur Steiner, alors président de l'Union syndicale suisse (USS), laissait 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 » (Steinauer and von Allmen 2000). 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 » (Ebel and Fiala 1983). L'opposition aux immigrés au sein même de la classe ouvrière est donc importante.

A 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

⁵¹ Le premier terme met l'accent sur l'origine étrangère de ces ouvriers alors que le second accentue leur présence temporaire similaire à celle d'un invité.

profonde remise en question : c'est le « malaise helvétique » (Imboden 1964). 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.

Dès 1965, la situation instable alimente d'autant plus la peur de l'« Überfremdung » qui entre, pour la première fois, dans le champ rhétorique d'une votation fédérale. Le 28 février de cette année, les citoyens suisses sont appelés à donner leur opinion sur deux objets hautement influencés par la situation conjoncturelle du début de la décennie et par l'accélération de l'inflation. Le peuple doit ainsi se prononcer sur deux arrêtés fédéraux visant à lutter contre le renchérissement dans les domaines du crédit et de la construction. La question de l'emprise étrangère fait alors irruption sur la scène de la démocratie directe et entre, par là même, pour la première fois dans le champ symbolique de l'affiche politique.

Dans le cadre de cette consultation populaire, le Comité suisse d'action pour une économie nationale saine⁵², publie une affiche emblématique [Figure 36, p.105] qui permet de rendre compte de la forme sémantique sous laquelle s'incarne la notion d'« Überfremdung » dans la première moitié des années 1960.

Sur un arrière-plan dans lequel s'insèrent les contours de plusieurs immeubles d'habitations, se superposent de nombreuses silhouettes humaines. Au second plan, une quinzaine de personnages gris se superpose aux tons gris-vert et blanc de l'image de fond. Au premier plan, quatre figures rouges viennent s'imprimer sur les deux premiers niveaux et s'en détachent nettement de par leur contraste chromatique avec ces derniers. Les bâtiments de l'arrière-plan ont une fonction de rappel et font le lien avec le premier objet de votation qui vise à lutter contre le renchérissement dans le domaine de la construction et du logement. Le second objet soumis au peuple bénéficie lui aussi de ses figures de rappel, puisque les trois silhouettes grises dans la partie supérieure droite de l'image viennent rappeler la volonté de se battre contre le renchérissement dans le domaine du crédit. Les trois personnages sont effectivement affublés de signes spécifiques laissant penser qu'il s'agit d'hommes d'affaire : tous trois portent un chapeau ainsi qu'un attaché-case. Ils sont ainsi les seules figurines humaines à porter des vêtements distinctifs. Les silhouettes rouges expriment toutes, quant

⁵² Schweizer Aktionskomitee für eine gesunde Volkswirtschaft.

à elles, des attitudes de peur et de détresse. L'homme dans la partie supérieure droite semble fuir une quelconque menace. Son visage inquiet est tourné vers l'arrière, signe qu'il observe cette chose menaçante. La femme sur la gauche, tête en bas, appelle à l'aide, ses bras cherchant le secours d'une main pouvant la relever. L'homme dans le coin inférieur gauche est recroquevillé sur lui-même, son regard est inquiet, tout comme celui de son voisin de droite. Ce dernier semble, quant à lui, vouloir se protéger d'une attaque imminente. Toutes ces figures illustrent la détresse, la peur qui plane au-dessus des citoyens du pays. Mais quels sont donc les événements qui causent tant de tracasseries à ces hommes et femmes ? La réponse nous est apportée par l'insertion textuelle « *Inflation, «Überfremdung», et spéculation, ça suffit !* ». Les menaces qui pèsent sur ces individus sont claires : l'inflation, la surpopulation étrangère et la spéculation.

Sous les traits d'une invasion – la multiplicité des silhouettes au second plan – les ennemis sont clairs : il y a d'un côté les financiers qui exploitent la situation de saturation sociale à des fins de spéculations et de l'autre, les étrangers dont l'afflux menace l'équilibre démographique et social du pays. Cette affiche fait explicitement référence à la notion d'« *Überfremdung* » telle qu'elle est véhiculée au sein des syndicats et de la gauche dès la fin des années 1950. Si le message ne fait aucune allusion à la menace salariale engendrée par l'afflux des ouvriers italiens sur le marché du travail, elle lie cependant clairement leur présence à la crise conjoncturelle de ces années. Les immigrants sont ainsi désignés comme étant les principaux responsables des problèmes sociaux (crise du logement, perturbation de l'équilibre démographique, etc.) liés au sous-développement des infrastructures sociales.

6.3 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 décident de s'emparer 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 plus nettement 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 (Romano 1998, 286).

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 »⁵³ ouvrent la voie à une nouvelle phase de diffusion du concept d'« Überfremdung ». Le Parti démocrate zurichois – autre organe à forte connotation nationaliste – lance, en décembre 1964, la première initiative fédérale explicitement dirigée « contre la pénétration étrangère ». Elle ne passera pas en votation – elle fut retirée en 1968 à la suite de la mise en place par le Conseil fédéral de différentes mesures restrictives en matière d'immigration – mais elle reste cependant la première d'une longue série d'initiatives plaidant en faveur d'une réduction du nombre d'étrangers établis sur le territoire suisse.

Dans le cadre des élections communales de la ville de Zurich en 1966, le Parti démocrate produit une affiche qui témoigne relativement bien de ce changement d'orientation rhétorique [Figure 37, p.110]. L'affiche est construite en deux parties. La partie supérieure, qui occupe environ un tiers de l'image, est constituée d'un fond blanc sur lequel figure en lettres rouges l'insertion « Stop à l'Überfremdung » et, en plus petites lettres noires, l'inscription « Parti démocrate, liste 7 ». La partie inférieure est composée d'un arrière-plan rouge duquel se détache, en son centre, une croix blanche et, au milieu de cette croix, un homme vêtu d'une veste, d'un pantalon et d'une cravate. Ses cheveux et sa moustache sont noirs. Il porte une grande valise sur son dos ainsi qu'une plus petite dans la main droite. Une trame grillagée vient se superposer à cette image.

L'homme sur la photographie centrale représente manifestement un migrant venant d'Italie ou d'un autre pays de l'Europe méditerranéenne : sa moustache et ses cheveux sont très foncés, ses sourcils marqués et son teint est mat. Représenté au centre du drapeau helvétique, il fait, en quelque sorte, irruption au sein d'un emblème hautement symbolique du pays. Il amène avec lui une lourde valise, que l'on peut certainement comprendre comme un signe indiquant qu'il risque de s'établir durablement sur le territoire. Les grillages au premier plan exposent clairement la manière dont le Parti démocrate zurichois souhaite ériger une barrière contre l'arrivée de nouveaux travailleurs étrangers. Ils expriment ainsi le refus de voir affluer d'autres ouvriers italiens.

Alors que dans la première affiche, l'« Überfremdung » est située dans un contexte urbain de modernisation, la notion d'emprise étrangère est ici replacée en lien avec la dimension identitaire suisse. Le recours à l'iconographie du drapeau n'est pas innocent et fait explicitement référence aux valeurs nationales. Le migrant qui fait ainsi irruption au sein même du sacro-saint symbole tient le rôle du profanateur. L'utilisation de ce schème

⁵³ Partei gegen die Überfremdung durch Südländer.

rhétorique n'est d'ailleurs pas sans rappeler une affiche nettement plus récente⁵⁴ – elle date de 1999 – de l'Union démocratique du centre (UDC), parti populiste de droite aujourd'hui force politique la plus importante du paysage politique suisse. Cette dernière exploitait effectivement une construction visuelle quasi identique : un homme d'apparence suspecte – représentant cette fois très certainement un ressortissant d'un Etat des Balkans – déchire la bannière helvétique pour s'y frayer un passage et s'y introduit sans scrupule. Giroud en a parfaitement démontré le fonctionnement rhétorique : « Cherchant le scandale, [...] ces affiches, volontairement provocatrices, fonctionnent sur la notion de sacrilège. Puisque les symboles – la croix fédérale notamment – sont investis d'une valeur nationale particulière, rien de plus facile que d'en démontrer la fragilité. Le blasphème est percutant et peut provoquer une forte réaction de défense. Le parti pense ainsi récupérer à son profit la colère volontairement provoquée de l'électeur » (Giroud 2005, 146).

Le fonctionnement rhétorique de l'affiche du Parti démocrate zurichois est ainsi totalement différent de celui de l'affiche de 1965 analysée dans la section précédente. Comme mentionné plus haut, 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.

6.4 RADICALISATION DES DISCOURS ET DÉVELOPPEMENT DES CONTRE-ARGUMENTS

Après le succès inattendu de l'initiative Schwarzenbach en 1970 – et malgré son échec de justesse en votation –, la troisième « Überfremdungsinitiative » de 1974 reprend globalement les mêmes revendications. Mais cette fois-ci, l'attaque contre les ouvriers étrangers est plus directe. 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 numérique (Castelnuovo-Frigessi et al. 1978, 35). 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 étrangère⁵⁵ désignent les « Fremdarbeiter » comme responsables de tous les maux. A leurs yeux, il suffirait de diminuer le nombre d'immigrés en Suisse pour que la situation économique s'améliore (Windisch 2002). A côté de ces arguments, la composante

⁵⁴ Bibliothèque de Genève (BGE) Da 2493 : Union Démocratique du Centre (UDC), *Accueil oui... laisser-faire non, Signez l'initiative contre les abus dans le droit d'asile!* Zurich : Goal, 2000.

⁵⁵ Nationale Aktion gegen Überfremdung von Volk und Heimat.

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.

Les opposants de l'Action nationale estiment, quant à eux, 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 » (Windisch 2002, 56).

Parallèlement à cet argumentaire qui se veut rationnel, une rhétorique de défense des ouvriers immigrés fondée sur la notion de solidarité et sur les apports que ceux-ci peuvent, en définitive, avoir sur différentes sphères de la société helvétique se met également en place.

Parmi les quatre initiatives sur l'emprise étrangère soumises à consultation dans les années 1970, la votation de 1974 est clairement celle qui a suscité la médiatisation la plus intense (Misteli and Gisler 1999). Ce constat se ressent également lorsque l'on observe le nombre important d'affiches produites dans la cadre de cette consultation populaire. Dans le corpus récolté pour la rédaction de cet article, nous en avons retrouvé pas moins de vingt-deux, alors que seulement six affiches ont été produites pour la votation de 1970. Parmi ces différentes productions, nous constatons une importante surreprésentation des affiches plaidant en faveur du « non » (vingt contre seulement deux pour le « oui »). Deux d'entre elles, particulièrement révélatrices d'un point de vue visuel de l'intensification des discours partisans à l'égard des immigrés italiens, seront présentées dans le cadre de cet article.

L'affiche du Comité suisse d'action pour une économie saine⁵⁶ [Figure 56, p.131] nous semble particulièrement intéressante pour illustrer ce changement de mentalité et le développement d'un sentiment d'insertion des travailleurs immigrés, et italiens en particulier, au sein de la communauté suisse⁵⁷. Sur un fond blanc uniforme, mis à part quelques effets d'ombre, se distinguent deux éléments iconographiques ainsi qu'une insertion textuelle. Celle-ci se situe au centre de l'image, découpant clairement l'affiche en deux parties. Elle propose un jeu de mot fondé sur l'expression allemande « *Ins eigene Fleisch schneiden* », littéralement « *couper dans sa propre chair* », qui signifie ici « *se faire du tort* ». Cette expression est suivie du mot d'ordre « *Non à la troisième initiative contre l'emprise étrangère !* ». Dans la partie supérieure gauche de l'image, un homme, manifestement un Suisse au vu de son couvre-chef typique, tient dans sa main droite un énorme couteau de cuisine – ou plus vraisemblablement un couteau de boucher comme le laisse entendre la

⁵⁶ Schweizer Aktionskomitee für eine gesunde Volkswirtschaft.

⁵⁷ Clin d'œil amusant, l'affiche d'un graphisme simple et épuré est d'une efficacité et d'une construction stylistique qui n'est pas sans rappeler les affiches produites par l'agence de communication zurichoise Goal pour l'UDC dès la fin des années 1970 et jusqu'à aujourd'hui.

tenue qu'il porte. Sur la lame de l'outil tranchant figure le nom raccourci du parti à l'origine de l'initiative : l'Action nationale contre la surpopulation étrangère. Le visage de l'homme semble triste et porte des signes de mécontentement. L'image se poursuit dans la partie inférieure de l'affiche. Sous la main et le couteau du personnage, une énorme goutte rouge avec une croix blanche s'écoule. La couleur rouge a ici une double fonction : elle vient, en premier lieu, créer un lien symbolique avec le sang qui s'écoule et elle noue, en second lieu, la référence au drapeau helvétique fréquemment représentée lors des votations ayant trait à la notion d'« Überfremdung ».

La construction rhétorique du message chemine habilement à travers l'affiche. L'œil du spectateur est d'abord attiré par la goutte dont la couleur rouge, qui se détache nettement des autres composantes noires et blanches de l'image, fait figure d'accroche. Le regard glisse ensuite vers le slogan et le mot d'ordre qui font office de relais au sens du message. Grâce à cela, le lecteur recontextualise l'objet de la votation et découvre la provenance de cette goutte de sang. Le Suisse s'est ainsi fait du tort et s'est lui-même infligé une blessure. L'illustration du couteau vient ensuite amener une dimension supplémentaire. Celui-ci s'élève comme une épée de Damoclès et son inscription permet de désigner le responsable de cette blessure : l'Action nationale contre la surpopulation étrangère. L'image est forte. Elle introduit l'idée que les attaques contre les travailleurs immigrés nuisent à la Suisse elle-même et que le peuple suisse se ferait du tort en acceptant cette initiative.

Dans un même ordre d'idées, l'affiche du Comité suisse d'action contre l'expulsion de 500'000 étrangers⁵⁸ [Figure 53, p.131] insiste sur l'apport essentiel des travailleurs étrangers pour le bon fonctionnement de la société suisse. L'image représente six petits personnages souriants formant une pyramide humaine. Cinq d'entre eux sont d'un physique presque identique, leur peau étant claire, leurs yeux bleus et leurs cheveux blonds, roux ou bruns. Tous portent les mêmes pantalons blancs, chaussures et pull-over rouges avec une croix blanche allant de pair avec un couvre-chef du même motif. Ils symbolisent le peuple suisse. Le sixième personnage figurant à l'extrémité inférieure gauche de la pyramide est le seul à posséder des traits distinctifs. Sa peau est dorée et ses cheveux 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. Ceci renforce le caractère naïf de la représentation, déjà connotée par les traits enfantins des personnages. Entourant

⁵⁸ Schweizerisches Aktionskomitee gegen die Ausweisung von 500'000 Ausländern.

L'ACTION NATIONALE

NE PROPOSE PAS SEULEMENT
D'EXPULSER 500'000 OUVRIERS ETRANGERS
ELLE PROPOSE AUSSI :

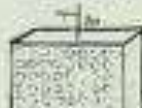
MOINS D'ARGENT POUR



HOPITAL



ECOLE



HLM

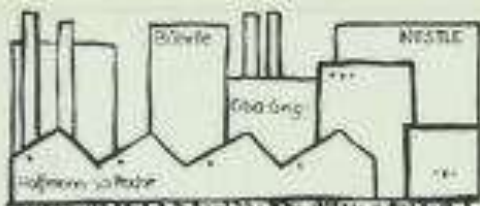


AVS



AUGMENTATION DES HEURES DE TRAVAIL
BLOCAGE DES SALAIRES

ET LES TRAVAILLEURS ?



ECRASES PAR LES

[GRANDS & petits PATRONS S.A.]

DIVISES PAR LA XENOPHOBIE
EN SERONT **TOUS** LES VICTIMES

APRES L'EXPULSION DES TRAVAILLEURS ETRANGERS
L'EXPLOITATION DE CEUX QUI RESTENT CONTINUE
ET S'ACCROIT.

STOP

- A L'ACTION NATIONALE
- A L'EXPLOITATION

UNITE DE TOUS LES
TRAVAILLEURS !



GROUPE PAGUIS.

Figure 87 - 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 augmentation des heures de travail blocage des salaires. Et les travailleurs ? Ecrasés par les grands & petits patrons S.A. divisés par la xénophobie en seront tous les victimes. Après l'expulsion des travailleurs étrangers l'exploitation de ceux qui restent continue et s'accroît. Stop - à l'action nationale - à l'exploitation. Unité de tous les travailleurs ! (Inconnu, 1974)

le personnage au sommet de la pyramide, la mention « *si la pyramide s'écroule tu tomberas avec elle* »⁵⁹ 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 ici 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 est encore effectivement caricaturale, mais ce constat peut être nuancé par le fait que les Suisses sont, eux aussi, dépeint 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 fondée sur l'importance de l'apport des ouvriers étrangers à l'édifice helvétique, et ceci 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. Voici notamment deux exemples d'arguments économiques tirés d'affiches éditées dans le cadre de la votation de 1974 :

- « *La prochaine augmentation de l'AVS risque d'être la dernière. [...] 500'000 étrangers nous aident à mieux vivre* » [Figure 50, p.130]⁶⁰
- « *Voulez-vous aussi payer leurs impôts ?* » [Figure 51, p.130]⁶¹

Dans l'affiche que nous analysons ici, même si le « *Gastarbeiter* » figure au dernier rang de la pyramide, il fait cependant partie intégrante de l'édifice helvétique.

Parmi les opposants à l'initiative de 1974, outre divers comités de défense – des rentiers AVS/AI, des contribuables, etc. - se trouvaient également les syndicats ainsi que des acteurs de l'extrême gauche. Ces derniers ont produit diverses affiches dont la stylistique s'inspirait manifestement des affiches créées par l'Atelier populaire de l'Ecole des Beaux-Arts de Paris durant la vague contestataire de Mai 68 [Figure 87, p.182]. Leurs messages mettent l'accent sur la notion d'unité des travailleurs et ils combattent la division de la classe ouvrière orchestrée par la bourgeoisie et l'Action nationale. Si ces arguments sont empreints d'une forte connotation marxiste, ils témoignent cependant d'un changement au sein même du

⁵⁹ « *Wenn die Pyramide fällt, fällst auch Du !* »

⁶⁰ BGE Da 2801 : Comité de défense des rentiers AVS-AI, *La prochaine augmentation de l'AVS risque d'être la dernière. Pensez-y le 20 octobre. 500 000 étrangers nous aident à vivre mieux. Votez Non*, [s.l.] : [s.n.], 1974.

⁶¹ BGE Da 2796 : Comité de défense des contribuables, *Défendez votre niveau de vie, votez Non, Voulez-vous aussi payer leurs impôts? Vous remplacerez 1 contribuable sur 4 et les charges de l'Etat ne baisseront pas car 80% sont incompressibles*, [s.l.] : [s.n.], 1974.

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 certaine 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 » (Steinauer and von Allmen 2001). 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 (Steinauer and von Allmen 2001). 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 (Castelnuovo-Frigessi et al. 1978).

6.5 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 (Steinauer and von Allmen 2000). Elle affiche, l'année suivante, son soutien à l'initiative « Être solidaires » lancée en 1974 par le Mouvement des travailleurs catholiques, position que l'USS ne se résoudra pas à prendre.

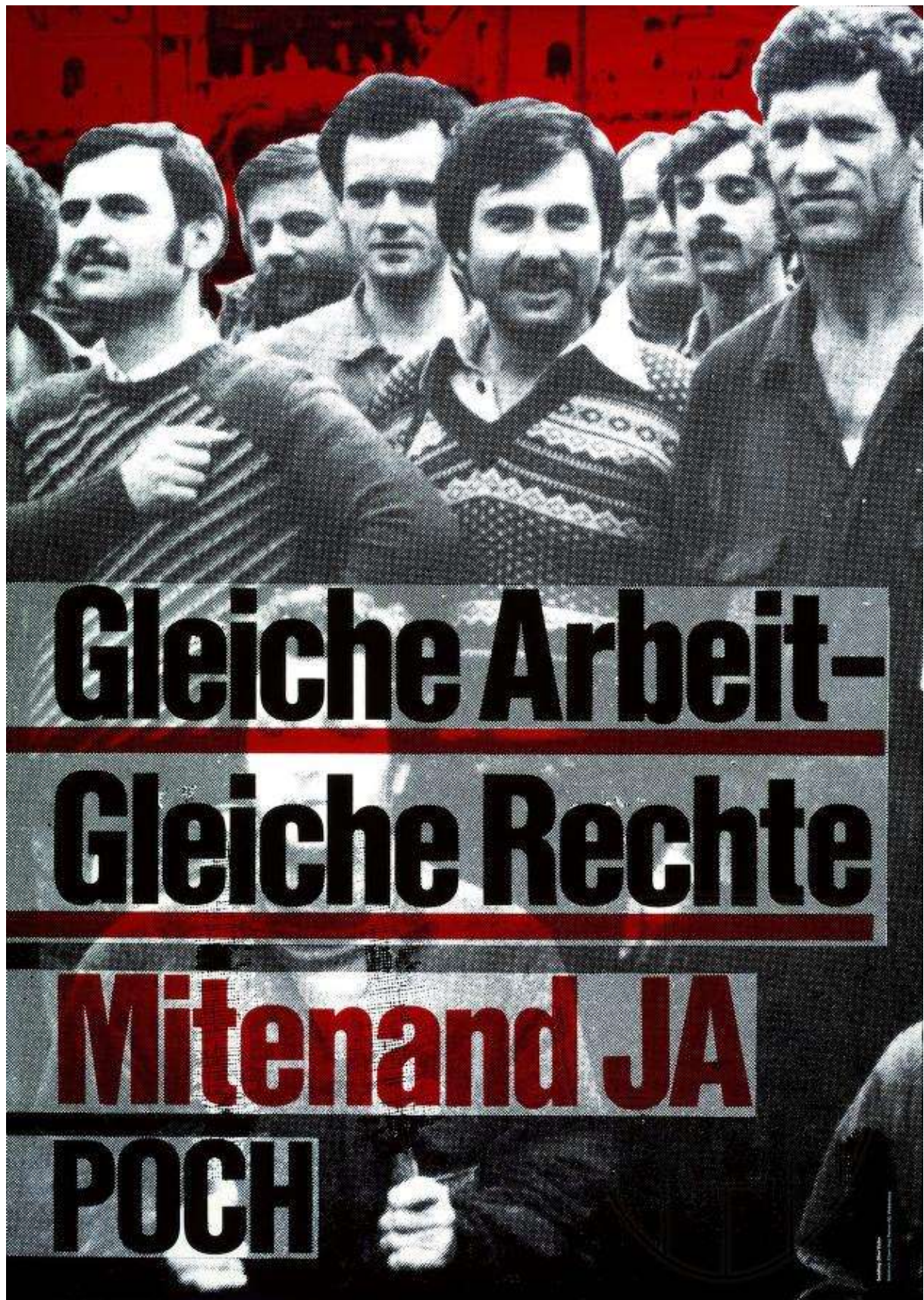


Figure 88 - Gleiche Arbeit, Gleiche Rechte, Miteinander, Ja, POCH (Olivier Vischer, 1981)

L'initiative « Être solidaires »⁶² réclame une amélioration de la situation des migrants. Elle demande, entre autres, que ces derniers puissent bénéficier plus largement de la sécurité sociale et du regroupement familial. Elle prévoit également l'abolition du statut de saisonnier. L'initiative est ainsi la première – et la seule – de toute l'histoire constitutionnelle suisse à proposer une amélioration des conditions de vie des travailleurs immigrés⁶³.

L'affiche des Organisations progressistes suisses (POCH)⁶⁴ [Figure 88, p.185] visant à soutenir l'initiative au cours de son passage en votation en 1981 insiste sur le principe d'égalité qui unit les travailleurs suisses et étrangers (voir figure 6). 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 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 s'oriente vers le lecteur – figurent probablement des ouvriers italiens et espagnols.

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. L'argumentation

⁶² En suisse-allemand : « Mitenand », littéralement : « ensemble ».

⁶³ Windisch et Caraël, *op. cit.*

⁶⁴ 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).



Figure 89 - Contre le statut des saisonniers, tous solidaires. Votez oui (Inconnu, 1981)

est ici semblable à celle utilisée par le Comité Valaisan de soutien à l'initiative « Être solidaires » qui annonce dans son affiche « 1 = 1 justice pour eux, dans l'intérêt de tous »⁶⁵ [Figure 62, p.138].

Sur l'affiche du Parti socialiste [Figure 89, p.187], les travailleurs – qu'ils soient d'origine immigrée ou helvétique – sont également mis sur un pied d'égalité (bien que le personnage dessiné sur le majeur semble prendre quelque peu l'ascendant sur ces collègues). Sur un fond mat de couleur noire, se détache une main blanche occupant la quasi-totalité de la surface de l'image. Chacun des doigts de la main représente le visage, et parfois le buste, d'un homme. Le visage dessiné sur le pouce est tourné vers ses compagnons. Celui sur l'index porte un nœud-papillon – figurant certainement un emploi dans la gastronomie. Il porte une moustache, des sourcils et des cheveux noirs et épais. À sa gauche, le majeur porte le dessin d'une tête dégarnie vêtue d'une blouse blanche et d'une cravate. D'une manière paternaliste, celui-ci entoure de ses bras les deux personnages se trouvant sur sa gauche et sur sa droite. La figure associée à l'annulaire est, quant à elle, vêtue d'une salopette. Apparemment plutôt mal rasé, celle-ci porte également des cheveux foncés et des sourcils épais. Finalement, le personnage aux cheveux clairs sur l'auriculaire est affublé de ce qui semble être un haut de costume et d'une cravate. Le coin supérieur gauche de l'affiche est occupé par le symbole du parti socialiste qui vient ainsi désigner l'auteur du message. En surimpression sur la main, se détache le texte suivant : « *contre le statut des saisonniers, tous solidaires, votez oui* ».

La symbolisation des travailleurs immigrés et indigènes en tant que cinq doigts complémentaires d'une seule et même main est forte et connote le caractère perçu comme indispensable de l'apport de la main-d'œuvre étrangère au pays. La construction graphique véhicule l'idée d'une véritable cohésion entre ces différents membres des corps professionnels. Toujours est-il que les travailleurs immigrés sont représentés dans des postes à faibles exigences de formation comme les métiers de la restauration et du bâtiment pour lesquelles sont engagés principalement des saisonniers, alors que les métiers plus « prestigieux » comme ceux de la médecine et des affaires sont réservés aux autochtones.

Du côté des opposants à l'initiative « Être solidaires », principalement les partis du centre et de droite ainsi que certaines associations professionnelles, ces arguments d'égalité de traitement et de solidarité sont contrés par la dénonciation d'une volonté de faire « enfler » le nombre des étrangers, par le biais de l'instrumentalisation d'une « fausse solidarité » ou de l'octroi de privilèges aux étrangers :

⁶⁵ Médiathèque Valais-Sion (MVS) BCV B 1673 : 1=1, *Justice pour eux, dans l'intérêt de tous, OUI, à l'initiative Être solidaires les 4/5 avril*, [s.l.] : E. Balmer, 1981.

« *Non-solidaires d'une initiative ... germe de chômage, de pénurie de logis et crise économique* ». ⁶⁶ [Figure 59, p.138]

« *Non à une fausse solidarité* ». ⁶⁷ [Figure 61, p.138]

« *Etrangers : d'accord pour les droits, mais non aux privilèges* ». ⁶⁸ [Figure 60, p.138]

6.6 CONCLUSION : CONCURRENT, PROFANATEUR, CAMARADE, SEMBLABLE – PUIS TRANSPARENT

Ce rapide examen de la politisation de l'immigration, surtout italienne, au cours des années 1965 à 1981 a permis de rendre compte de l'importance du contexte sociétal dans la diffusion et la construction de l'image d'une population. L'analyse de ces affiches permet, en partie, de retracer les contours de cette médiatisation politique par l'image. Cet article contribue à démontrer les grandes lignes des changements rhétoriques, tant visuels que purement textuels, qui président à la représentation de l'ouvrier immigré. Les premières années d'après-guerre en Suisse ont été extrêmement dures pour les immigrés. Les Italiens ont connu la méfiance des syndicats et de leurs collègues ouvriers. Ils ont été traités de voleurs de pain et d'opportunistes.

Avec Schwarzenbach, les sentiments haineux qui existaient se sont transformés. Celui qui proclamait « *Dehors les Italiens* »⁶⁹ reprend le flambeau d'un terrain préparé depuis plus d'une décennie par les syndicats et autres groupements de gauche. Il introduit des critères ethniques et culturels dans ses attaques, prônant la défense de l'identité et des valeurs nationales face à la venue des « *sizilianer Neger* »⁷⁰. Mais avec le temps, les ouvriers ont dû resserrer les rangs, se sont alliés face à la crise. Aujourd'hui, plus personne ne parle des immigrés italiens, ils ne sont plus un sujet politique, ne font plus l'objet des débats. Ils sont devenus « transparents », remplacés par d'autres groupes migrants.

⁶⁶ BGE Da 3170 : Vigilance, *Non-solidaires d'une initiative... germe de chômage, de pénurie de logis et de crise économique, non*, Genève : Pierre-André Jacot, 1981.

⁶⁷ BGE Sans cote 50 : Parti libéral, *Non à une "fausse" solidarité*, [s.l.] : [s.n.], 1981.

⁶⁸ BGE Sans cote 53 : Comité romand contre l'initiative « Etre solidaires », *Etrangers: d'accord pour les droits, mais non aux privilèges*. [s.l.] : [s.n.], 1981.

⁶⁹ Gaetano Romano, *op.cit.*, p. 154.

⁷⁰ Thomas Buomberger, *Kampf gegen unerwünschte Fremde : von James Schwarzenbach bis Christoph Blocher*, Zurich: Orell Füssli, p.153.

Cette évolution des représentations prend vie dans les affiches politiques produites au cours des années 1965 à 1981 et, bien sûr, selon l'angle particulier donné à cette problématique en fonction des convictions idéologiques de l'émetteur du message. Dans l'affiche du Comité suisse d'action pour une économie saine, les Italiens sont représentés comme des envahisseurs, arrivant en masse. Un an plus tard, les Démocrates zurichois leur confèrent le rôle de profanateur. A l'opposé, le Comité suisse d'action contre l'expulsion de 500'000 étrangers fait des Italiens des membres à part entière du « corps » helvétique. La ligue marxiste révolutionnaire les considère comme des camarades de lutte. Enfin, les Organisations progressistes en font des partenaires égaux aux Suisses. Après 1981, la figure de l'immigré italien se dépolitise et se normalise. A tel point qu'elle finit, indéniablement, par disparaître. L'histoire des idées politiques est ainsi faite : construction, déconstruction, puis oubli. Le marketing politique se nourrit d'images, les passe à l'épreuve du feu, mesure la capacité de mobilisation qu'elles portent en elles. La figure de l'Italien se forge puis se dilue au gré des représentations et des constructions sociales du moment. Les images sont là pour témoigner des conceptions qui habitent, à une certaine époque, la réalité sociale des citoyens.

6.7 AFFICHES

Toutes les affiches peuvent être consultés sur : <http://ccsa.admin.ch/cgi-bin/gw/chameleon>.

6.7.1 COLLECTION D’AFFICHES DE LA BIBLIOTHÈQUE NATIONALE SUISSE:

- SNL_POL_258 : Schweizerisches Aktionskomitee für eine gesunde Volkswirtschaft, Schluss mit Inflation, Überfremdung, Spekulation, Konjunkturbeschlüsse, 2x Ja, Zurich : Heiri Steiner, 1965
- SNL_POL_544 : Demokratische Partei, Stop der Überfremdung. Demokratische Partei. Liste 7, Erlenbach : Atelier 8703, 1966
- SNL_1974_391: Zürcher Komitee gegen die 3. Überfremdungs-Initiative, Ins eigene Fleisch schneiden? Überfremdungs-Initiative III, Nein!, Nationale Aktion, Zurich: J.C. Müller AG, 1974
- SNL_1974_393 : Schweizerisches Aktionskomitee gegen die Ausweisung von 500000 Ausländern, Wenn die Pyramide fällt, fällst auch Du! Überfremdungsinitiative 3, nein. Lucerne: EdgarKüng AG 1974
- SNL_1981_93: Progressive Organisationen Schweiz (POCH), Gleiche Arbeit, Gleiche Rechte, Mitenand, Ja, [s.l.]: Oliver Vischer, 1981

6.7.2 COLLECTION D’AFFICHES DE LA BIBLIOTHÈQUE DE GENÈVE :

- Da 2493 : Union Démocratique du Centre (UDC), Accueil oui... laisser-faire non, Signez l'initiative contre les abus dans le droit d'asile! Zurich : Goal, 2000
- Da 2801 : Comité de défense des rentiers AVS-AI, La prochaine augmentation de l'AVS risque d'être la dernière. Pensez-y le 20 octobre. 500 000 étrangers nous aident à vivre mieux. Votez Non, [s.l.] : [s.n.], 1974
- Da 2796 : Comité de défense des contribuables, Défendez votre niveau de vie, votez Non, Voulez-vous aussi payer leurs impôts? Vous remplacerez 1 contribuable sur 4 et les charges de l'Etat ne baisseront pas car 80% sont incompressibles, [s.l.] : [s.n.], 1974
- Da 2798 : Ligue marxiste révolutionnaire, 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, [s.l.] : [s.n.], 1974
- Parti socialiste, Contre le statut des saisonniers, tous solidaires. Votez oui, [s.l.] : [s.n.], 1981
- Da 3170 : Vigilance, Non-solidaires d'une initiative... germe de chômage, de pénurie de logis et de crise économique, non, Genève : Pierre-André Jacot, 1981
- Parti libéral, Non à une "fausse" solidarité, [s.l.] : [s.n.], 1981
- Comité romand contre l'initiative « Etre solidaires », Etrangers: d'accord pour les droits, mais non aux privilèges. [s.l.] : [s.n.], 1981

6.7.3 MÉDIATHÈQUE VALAIS-SION :

- BCV B 1673 : 1=1, Justice pour eux, dans l'intérêt de tous, OUI, à l'initiative Etre solidaires les 4/5 avril, [s.l.] : E. Balmer, 1981

6.7.4 LITTÉRATURE SECONDAIRE

Buomberger, Thomas, Kampf gegen unerwünschte Fremde von James Schwarzenbach bis Christoph Blocher, Zurich : Orell Füssli, 2004

Burke, Peter, Eyewitnessing : the uses of images as historical evidence, Ithaca, N.Y. : Cornell University Press, 2001

Castelnuovo Frigessi, Delia, La condition immigrée les ouvriers italiens en Suisse, Lausanne : Editions d'en bas, 1978

Degen, Bernard, « Organisations progressistes (POCH) », Dictionnaire historique de la Suisse <http://www.hls-dhs-dss.ch/>, (décembre) 2009 (consulté le 16 mai 2010)

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

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

Hofman, Wilhelm, « Die politische Kultur des Auges. Der pictorial turn als Aspekt des cultural turn in der Politikwissenschaft », in : Birgit Schwellung (dir.), Politikwissenschaft als Kulturwissenschaft Theorien, Methoden, Problemstellungen, Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., 2004

Imboden, Max, Helvetisches Malaise, Zurich: EVZ-Verl., 1964

Misteli, Roland et Andreas Gisler, Überfremdung : Karriere und Diffusion eines fremdenfeindlichen Deutungsmusters, Zurich : Lizentiatsarbeit, Universität Zürich, 1996

Mitchell, W. J. T., « The pictorial turn », in: W. J. T. Mitchell (dir.), Picture theory : essays on verbal and visual representation, Chicago: University of Chicago Press, 1994

Müller, Marion et Esra Özcan, « The Political Iconography of Muhammad Cartoons: Understanding Cultural Conflict and Political Action », PS: Political Science and Politics, 2007, p. 287-291

Ory, Pascal (dir.), L'histoire culturelle, Paris: Presses universitaires de France, 2004

Romano, Gaetano, « Die Überfremdungsbewegung als "Neue soziale Bewegung". Zur Kommerzialisierung, Oralisierung und Personalisierung massenmedialer Kommunikation in den 60er Jahren », in: Mario König (dir.), Dynamisierung und Umbau. Die Schweiz in den 60er und 70er Jahren, Zurich : Chronos, 1998, p. 286

Steinauer, Jean et Malik Von Allmen, Changer la baraque : les immigrés dans les syndicats suisses 1945 - 2000, Lausanne : Editions d'en bas, 2000

Stiegler, Bernd, « « Iconic Turn » et réflexion sociétale », Trivium, 2008

Windisch, Uli et Eléonore Caraël, Suisse-immigrés : quarante ans de débats 1960-2001, Lausanne : L'Age d'homme, 2002

7 VISUALIZING MIGRATION AS A THREAT: A NEW MIGRATORY PERIL AESTHETICS IN SWITZERLAND⁷¹

In autumn 2012, two unknown names suddenly appeared in the Swiss media: Mustafa Blocher [Figure 90, p.194] and Jussuf Freysinger [Figure 91, p.194]. Linking up with an Amnesty International campaign, these characters are a “reincarnation” of two leading lights of the Swiss People’s Party - Christoph Blocher and Oskar Freysinger – represented as a Somali and a Syrian refugee. The campaign was composed of images of the two populist leaders, and of other politicians demanding further restriction of the right to asylum, depicting them with black faces or wearing traditional headgear, against a background of desolation.

The diffusion of these images followed the parliamentary debates on the revision of asylum law, in the course of which the SVP presented no less than 45 proposals for restricting the right of asylum. The party considers that “Switzerland is still far too attractive for economic migrants or other persons who have no right to asylum, or who even systematically abuse Swiss hospitality”. In response to the Amnesty International campaign, the party added that “for want of serious argument, Amnesty International has to make do with a campaign of insult against right-wing politicians who stand up for a restriction of asylum law” (SVP, 2012).

On the side of the opponents of new restrictions of asylum, a referendum has been launched against the urgent measures adopted by the Swiss parliament in the second half of 2012. Calling for “No camps in Switzerland”, the referendum condemns the quasi-permanent revision of asylum legislation. The current debate on the law on asylum, adopted in 1981, in fact constitutes the 10th revision of a law that has become more and more restrictive over the past 30 years.

This short overview of the recent discussions about asylum policy in Switzerland shows how the present political landscape is buffeted by the relentless politicisation of national identity and immigration, mainly driven by the right-wing populist Swiss People’s Party. The SVP, Switzerland’s largest political group since 1999, has actually played a huge part in reshaping the political agenda, by making “identity politics” a central element.

While the politicisation of the so-called “foreigner problem” has actually been a part of the

⁷¹ Issu de la publication suivante : Maire, Christelle (2015, forthcoming). “Visualizing Migration as a Threat: A New Migratory Peril Aesthetics in Switzerland”, in Virchow, Fabian (ed.). *The Far Right and Visual Politics*. Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften.



Figure 90 - Après leur renaissance en tant que somaliens certains seraient heureux de s'être autrefois opposés au durcissement de la loi sur l'asile.



Figure 91 - Après leur renaissance en tant que syriens, Freysinger & Co. seraient heureux de s'être autrefois opposés au durcissement de la loi sur l'asile (Inconnu, 2012)

Swiss political landscape for decades, the last ten years have been particularly hectic. Since 2000, twelve federal votes on this issue have been submitted to the people, most of them leading to a hardening of entry conditions for migrants and foreign residents' access to citizenship. Among these twelve ballots are five popular initiatives from the SVP: "for the regulation of immigration" in 2000, "against the abuse of asylum" in 2002, "for democratic naturalisations" in 2008, "ban the construction of minarets" in 2009 and "for the expulsion of foreign criminals" in 2010. This brief survey shows clearly that the SVP has definitely become the most important stakeholder in the debate on migration and asylum policy.

Endowed with substantial financial means, the party has invested the necessary resources to impose its political agenda on migration issues in Switzerland. Its arguments are regularly brought to public notice by mass communication campaigns, notably relying on the recurrent use of provocative posters. Since the end of the 1990s, the SVP has not hesitated to create polemics by its use of propaganda posters. In 1999 for example, the party issued a provocative poster to support the launching of its petition "against the abuse of asylum". This poster represents the Swiss national flag torn down by a man who is visibly Balkan native, depicted with darkish skin, a square chin, wearing a moustache, dark glasses and a black coat and black gloves. This poster, which establishes an obvious link between foreigners and criminality, constitutes in itself "an image which in this context implied that asylum seekers from South Eastern Europe, and particularly from Kosovo, represent a national threat to the country" (Skenderovic, 2005: 262). Many scholars recognise that poster as an obvious sign of the process of ideological radicalisation within the SVP over the last three decades.

This contribution aims at defining the process through which the Swiss People's Party has contributed to create a new anti-immigration climate and renewed political mobilisation against foreigners. In Switzerland, as in many other European countries, an atmosphere of mistrust and discrediting currently reigns on migration issues. While this is not actually a new phenomenon, the outlines drawn in contemporary attacks have been deeply modified. New semantic and rhetorical fields have grown. Today, foreigners are "delegalized", accused of corrupting the right of asylum or considering Switzerland as a lawless zone where they can commit misdemeanours without regard to moral or social order. Notions such as criminality or "abuse" are thus regularly connected with asylum and migration policies. Nowadays, some of the most influential political actors in Switzerland use terms such as "criminals", "freeloaders" or "bogus refugees" with reference to foreigners. This testifies to widespread conceptions which contribute to shape a renewed upsurge of anti-immigrant rhetoric, and in the visual discourses of the posters, a new migratory peril aesthetics.

We will first concentrate our comments on the way these new figures of otherness emerged in migratory debate and political rhetoric from the 1980s onward, before going on to illustrate the dissemination of these images through political posters and show how this medium takes part in the definition of these visual figures of speech.

7.1 THE OTHER IN POLITICAL ICONOGRAPHY

Politics has always been a game of symbols. In this contribution, political communication is thus considered as a semiological system (Barthes, 1957).

In wider terms, the social reality (Berger and al., 1986) is constructed by discourses that are also visual discourses, which are in turn, by a mirror effect, fuelled by the ideological context. Images are central elements in the construction of national identities and nationalisms, and, following the same line of thinking, in the construction of otherness in the nation-building process. This is even more pertinent in recent times perhaps because, as stated by Lynn and Lea (2003: 427), "identity construction is increasingly dependent upon images". Thus, image has always been a particularly appropriate tool for comprehending social reality. Visuals fill out human perceptions and popular culture. But we also have to emphasise that images, pictures, are constructed in the framework of social power and ideological dynamics.

Ideology must in this perspective be understood as a range of shared values and beliefs. Whereas ideologies are often considered as innate, they are nevertheless produced and asserted through societal institutions such as family, education or media. Ideology thus influences representations which notably require pictures to create sense about the world that surrounds us.

On the basis of this theory, many scholars are agreed that visuals are one of the fundamental elements in the cultural construction of social reality in contemporary societies. According to Mitchell (1994), picture must be considered as being a component of the whole social sphere. The Pictorial Turn thus exploits the idea that pictures around us not only transform our world and identity, but that they also increasingly shape them. In this sense, images play a more and more important role in the construction of social reality.

Following these lines of thinking, the politicisation process of the "foreign problem", in particular by means of posters, becomes an endless representations game. Translating the issues submitted to vote into images involves the construction of a characteristic scheme of symbols. Each of these productions then helps to fuel voters' social imagination. Political groups thus cultivate and promote a set of myths, which are meant to be significant rallying points, to legitimise their stand at the time of ballots. Images thereby become tools which

make it possible to visualise opinions and to justify or delegitimise them. They make explicit the rites, myths and theories which circulate within a society (Schwelling, 2004).

The importance of visibility is certainly even more significant when the political issue entails a high emotional component and, all the more, when it comes to migration issues. The definition of the Other, in political and in cultural history, has always been founded on a recurrent use of images.

Depiction is a fundamental factor in determining otherness. Image is, in this perspective, an essential tool, because as Amossy says (1991) in her works on anti-Semitism, it enables "the essentialisation of the figure of the other or the enemy and cuts it down to a few degrading stereotypes". While this notion of essentialisation is actually relevant for the forthcoming analysis, we must also emphasize, that even if these figures are not mentioned in this contribution because of its focus on the representation of migration as a peril, the essentialisation process in the Swiss political landscape has not always led to the definition of degrading stereotypes, but sometimes to the definition of positive ones.

In the same perspective, "discourses of othering" are considered as "myth-making enterprises" (Riggins 1997: 10). The symbolic construction of social reality thus also engenders visual rhetorical constructions, which in the case of the migration issue, participate in creating a "migratory aesthetic" (Ball and Gilligan, 2010), and in the anti-immigration discourses, a "migratory peril aesthetic".

To trace the development of these visual patterns in the contemporary Swiss political context, seven political posters from the last thirty years will be analyzed. The posters have been chosen according to how representative they are of the present rhetoric directed against foreigners. Most of them have been produced in the context of a federal vote on the migration issue.

The analysis is based on semiological and political iconography methodologies and comprises different levels. The first one is the analytical grid. The aim here is to carry out a descriptive analysis of the image, consequently to record its iconic, formal and verbal codes. Once these have been identified, the next stage is the analysis in itself, i.e. to demonstrate how these codes are set within the posters and how they contribute to the development of a specific rhetoric and to the transmission of a message through the representations they engender. The final stage of this process is the contextualized interpretation of the visual.

This last step then leads us to the upper level of the analysis which requires the elements of the Pictorial Turn (Mitchell, 1994). This picture theory relies on the theoretical capacity of images and a new way of approaching visibility. From this broader perspective in the use of

images as research resources, Mitchell demonstrates that pictures not only transform our universe of reference and our identities, but also play an increasingly important role in the construction of social reality.

Political posters are thus appropriate tools by which to comprehend representations leaving their mark on social reality. Swiss direct democracy is a fertile ground for political communication; people vote at the federal level three to four times a year on a large panel of issues, each vote providing an occasion for parties to campaign and confront each other rhetorically. Briefly, « Posters provide a literal, material bridge between the new public sphere constituted by mass communication and the public spaces that become the sites of modern politics as street theatres » (Schnapp 2005, 20). Posters thus are the most evident expressions of ideological representations at stake in migratory debates.

7.2 THE TURNING POINT OF THE 1980S

The origins of the renewed figures mentioned above can be traced to the 1980s, after the slow decline of the "Movement against overforeignisation", a movement which called for the reduction in the presence of guest workers in Switzerland in the second half of the 1960s and in the 1970s. The National Action (NA) launched several petitions during those years demanding a reduction in the number of Italian and Spanish workers, arguing that they represented a social and economic threat to the Swiss community. Despite a few successes at the beginning of the 1970s, chiefly the narrowly rejected "Schwarzenbach Initiative", the NA never managed to impose its political assertions at a federal level. Actors of the Movement thus little by little disappeared from the Swiss political scene, leaving a free hand to new promoters of anti-immigration politics.

The disappearance of the "Movement against overforeignisation" thus led to the setting up of various small anti-immigrant political entities, the so-called single-issue parties that included the Genevan party "Vigilance". These new small parties, focusing their programmes almost exclusively on immigration, constitute the starting point of a renewal and an upheaval in the discourses directed against foreigners. Indeed, while the main targets of the 1970s protests were south-European workers, extra-European and Balkan asylum applicants became the political scapegoats of the 1980s. This ideological and argumentative turning point manifests itself especially in newly established figures such as the "foreign criminal" and the "bogus refugee". Two salient issues in the discourses about migration politics were thus designated.

The first is asylum. While this was an almost non-existent topic in the earlier political discourses, except perhaps during the Second World War, it progressively became a leading focus of anti-immigration mobilisation. Asylum seekers were suddenly mistrusted. Their migration motives were questioned. In this perspective, far-right parties thus introduced new conceptions such as bogus or economic refugees into their discourse.

The second focus is the criminality, or even the criminalisation⁷², of immigrants. This second component tends to an increase in the use of the term foreigner in connection with the idea of criminality and a threat to security. Migrants, non-residents, and even long-established, not to say naturalised citizens, are thus stigmatised as being responsible for urban insecurity, organised crime or terrorism.

As these figures became more and more central in the political discourse of single-issue parties, the iconography of the posters evolved accordingly. This 1983 poster [Figure 70, p.143] for the "Vigilance" party thus testifies to the visual implication of the thematic and rhetorical renewal in the 1980s. The poster is composed of the picture of a foot in a door that a little character is trying to keep closed. The big foot wears red and white sneakers and is continued by a dark-skinned leg wearing red pants. Through the half-open door, we can just make out three mysterious silhouettes on a hazy background. The small character wears the Swiss traditional outfit and headgear. His attire is also red and white; the hat is composed by the patterns of the national flag. Two textual inserts declare "Keep control at home" on the poster's upper right corner, with "Vigilance" on the lower border.

This image shows a little man trying with difficulty to beat back a menace which threatens to trespass his home. The danger is symbolised by the foot in the door, which is already almost inside the house, and the three background silhouettes which imply that this first attempt to force entry, if it turns out to be successful, will give free hand to other threatening individuals.

The threat evoked by Vigilance on this poster clearly refers to migration. The foot in the door undoubtedly belongs to a foreigner, the little piece of skin not covered by clothing being black. The little character is, in a very stereotypical manner, depicted as a Swiss citizen. The small size of the Swiss in traditional outfit, in contrast to the huge size of the foreigner of whom we only see a very small part of the body, symbolises the enormity of the threat that he is supposed to contain. The Swiss character thus seems almost defenceless, but fighting

⁷² By criminalization of migrants, we mean all discourses, facts, and practices because of which the police, judicial authorities but also local governments, the media and a part of the population hold immigrants/aliens responsible for a large number of offences" (Palidda 2009, 19).

bravely against a diffuse, anonymous (we do not see the faces of the people outside the house), but clearly menacing presence.

In a wider perspective, in which the invaded home refers to the Swiss homeland, the discourses against migration become even more eloquent. The figures outside symbolise the influx of foreigners at the Swiss borders, trying to force entry into the territory; and the small character, the Swiss people who have to resist against these foreign invaders. The rhetorical construction developed on the poster applies the same principle as most of the founding myths of Switzerland, which relate to the resistance of national heroes, such as William Tell or Arnold Winkelried, against foreign oppressors. The foot in the door is a clear sign that, for Vigilance, migration is a threat Switzerland must contain if it is to preserve its identity. Foreigners, on this poster especially black migrants for whom asylum is the main channel of migration, are depicted as a peril trying to break into Swiss homes. The figure of the foot in the door had also already been used in a 1934 political poster designed by the anti-communist propagandist Otto Plattner [Figure 71, p.144]. The figure is exploited in the same rhetorical direction, but, on this poster, the “invaders” were not asylum seekers, but a French, a German and a North-African peddler (see Garufo and Maire 2013, 16).

These visual figures, which can first be traced to the political communication of the single-issue parties in the 1980s, would then, little by little, infiltrate influential political spheres, transmitted by means of a more important party in the 1990s, the SVP, which would impose these images in the mainstream of public opinion. One of the most illustrative examples of this reappropriation is certainly the campaign launched by the party in favour of the federal vote on its popular initiative “against illegal immigration” in 1996. On that occasion, the SVP created a poster [Figure 82, p.155] which continues with the idea of immigration as an illegal and dangerous intrusion into Swiss territory.

The poster is composed of different textual elements set on a black background. The slogan “Stop illegal immigration” hovers over a text saying “on December 1, Yes to the popular initiative against illegal immigration” and, in the lower right corner, the SVP logo. The black background actually consists of a dark photo on which five shadowy silhouettes appear at the upper left corner. These five figures are blurred. The poor quality of the photo suggests that it could be an image taken by a security camera.

This poster once again plays on the perception of migration as an invasive threat stealthily attempting to enter the country. By the term “illegal” and by the blurred figures, the SVP denounces migration as a channel for ill-intentioned foreigners to invade Switzerland. The poster made for the SVP campaign in favour of the vote on its popular initiative “against

illegal immigration” – focused entirely on asylum politics – is undoubtedly an “expression of the amalgam purposefully connecting refugees and illegal migrants” (Arlettaz 1998, 139).

The social and political upheavals in the Swiss migratory context over the last thirty years, notably the intensification of asylum flows to Europe and Switzerland’s accession to the Schengenspace in 2005, have further contributed to the renewed depictions of migration and the fear of invasion.

Asylum has actually developed significantly since the beginning of the 1980s. Its sending countries, its volume and its channels have been transformed. “Applicants for asylum were until the 1980s, few in number, dominated by east Europeans, and welcomed as evidence of the West’s moral superiority over communism” (Hansen and King 2000: 400). Nevertheless, globalisation of the migration flows, the ever-widening gap between southern and northern countries and, in the 1990s, the intensification of tensions in the Balkans were major factors in reshaping asylum structures. Furthermore, European countries then began to implement more and more restrictive legislations, leading to the fencing off of Europe for non-western migrants. Requesting asylum thus became the only channel for them to get to host countries.

Switzerland’s pattern follows the same logic. “From a few thousand per year at the beginning of the 1980s, the numbers of asylum requests reached forty thousand at the beginning of the 1990s, when the first Balkan war broke out, and peaked at sixty-five thousand with the Kosovo conflict in 1999” (Afonso 2004, 157).

The diversification of applicants’ origins reinforced a kind of “uncontrolled inflow”⁷³ sentiment in some minds. Images of dark figures darting across the border, as emphasised by Flores (2003, 381) and represented in the above-mentioned 1996 SVP poster, thus regularly appeared in media discourse. The view of migration as a threat evolved. “Especially people of other cultures and colours are associated with bogus applications, forgery and crimes. In news headlines [and in political posters], stereotypical metaphors of flow (words such as waves, floods, streams and tides) are routinely applied to asylum seekers” (Van Dijk, 1997: 47).

Fear of cultural differences, some seen as incompatible with Swiss values, began to show its face. Asylum seekers in particular were suspected of being unassimilable and “characterised as welfare cheats, competitors for jobs, security threats [and] abusers of host state generosity” (Gibney 2005: 3). In Switzerland, far-right parties took advantage of this situation and emerged on the field of asylum, demanding the hardening of asylum policies. In April

⁷³ “[ein] unkontrolliert Zustrom” in the words of Olivier Geden (2006: 96)



Figure 92 - Suppression des frontières = drogues + criminels SCHENGEN NON (Inconnu, 2005)

1992 for example, the SVP launched its very first petition at a national level, the initiative “against illegal immigration”⁷⁴ (Skenderovic/D’Amato, 2008), in order to prevent clandestine migration and asylum abuses.

An increase in fear of crime and the impression of a loss of control thus appeared in migratory politics. National sovereignty seemed to be threatened, by the changes in asylum as well as by the removal of border controls for EU countries. The implementation of the Schengen Convention has indeed led to the setting up the Schengen Area, a borderless space where free movement for citizens of the EU, Iceland, Norway and Switzerland is the law. The prospect of the disappearance of borders gave rise to the fear of a security deficit (Duez 2005: 9), a fear that Schengen isn’t a space of security, freedom and justice but a free pass for criminals, drug dealers, smugglers, terrorists, etc. For right-wing populists, the consequences of Schengen are clearly interpreted as harmful.

According to Duez (2008, 12), many think that “borders opening and its corollary, the increasing mobility of EU citizens and natives of non-member countries on the Community territory would represent a danger to the preservation of law and order”. The SVP considers the implementation of the Schengen Agreements as a “loss of national sovereignty” threatening Swiss prosperity and contributing to an increase in east-European migration flows. For them, Schengen is space of insecurity, a *carte blanche* for illegal immigration, criminal networks and all kinds of ill-intentioned foreigners.

This poster [Figure 92, p.202] produced in 2005 by an SVP cantonal Youth section is a non-official advert against the implementing of the Schengen-Dublin Agreement in Switzerland. It clearly testifies to the SVP’s anti-Schengen rhetoric. Proclaiming abolition of borders = drugs + criminals, the poster includes a picture of a man in profile. The man in the picture holds an

His silhouette is outlined on a background evoking the patterns of the European Union flag. The attack against foreigners is once again obvious, as the party depicts the removal of border controls as an open door for criminals. The Young SVP thus implies that the people who might come to Switzerland are only motivated by crime.

According to Duez (2005, 2008), three main figures result from this re-invention of migration topics: 1) the foreigner as a threat for social cohesion and stability, 2) the foreigner as a threat to individual citizens’ security and 3) the foreigner as a threat to the country’s national security. These three rhetorical patterns will serve as a schema of interpretation for the

⁷⁴ This initiative was submitted to popular vote in 1996.



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

Figure 93 - Stop aux abus! De plus en plus d'étrangers viennent en Suisse pour profiter de nos institutions sociales (Inconnu, 2010)



Figure 94 - Volksabstimmung vom 8. Februar 2008 Nein zur freien Einwanderung von kriminellen rumänischen Zigeuner! Personenfreizügigkeit mit Rumänien & Bulgarien Nein (Inconnu, 2009)

analysis of further posters.

7.3 IMMIGRATION AS AN ECONOMIC AND SOCIAL THREAT

This first figure is, in a certain sense, the one which draws the most strongly on the rhetorical patterns of the 1960s and 1970s anti-immigration discourses. It evokes the idea that foreigners represent a threat to the economic health and the prosperity of Swiss citizens and state. However, in the earlier discourses immigrants were, in this perception of peril, chiefly blamed for competing with natives for access to employment, housing, etc. Italian and Spanish “guest workers” were said to be “stealing the bread from the unemployed”, generating overpopulation and imposing a foreign hold on the country. Their manners and cultural habits were also criticized. But today, Italian and Spanish immigrants have disappeared from public debates; they are not a political issue anymore. However, another scapegoat has been chosen to explain the diverse failures of the social system.

Even if employment – or unemployment – is still an issue in anti-immigration rhetoric, some other aspects of the portrayal of migration as an economic and social threat have been emphasised; social insurances and the welfare crisis are at present among the leading concerns of far-right parties. Immigrants, and asylum seekers in particular, are designated as one of the main causes for the social welfare crisis.

Asylum applicants are considered as “cheats who are not really persecuted in their home country but rather want to abuse Switzerland’s hospitality” (Afonso 2004: 158). The notion of abuse (in foster structures, right of asylum or social insurances) is fundamental in the recasting of these arguments. Refugees are thus perceived as a “serious social problem” (Lynn and Lea, 2003: 426).

This image [Figure 93, p.204] does not come from a political poster, but from an advertisement published in the press. Nevertheless we have chosen to parse out this image instead of one from a poster, because it is undoubtedly the most telling picture we have found to illustrate the first rhetorical figure. Our analysis should not suffer too much from this change of political communication vector, as the visual rhetoric used by the SVP in this advert is the same as that used in its posters and reflects a similar perception of migration as an economic and social threat.

The picture, made by the SVP during its campaign for the revision of the law on unemployment insurance in 2010, depicts a man lying on a hammock and playing with a wad of folding money in his hand. The wad is held in place by a piece of paper on which we can read in red letters “unemployment insurance”. The man is dark-skinned, has a black

moustache and black hair. He wears sunglasses on his head. The colour patterns of the hammock are the same as those of the Swiss national flag. The left half of the poster is covered by a textual insert saying "Stop abuses". On the lower part of the picture, the text "More and more foreigners come to Switzerland to take advantage of our social services" has been printed on the white background covering the entire surface of the picture.

Clearly depicted as a foreigner, the man in the hammock is accused of profiting unashamedly from Swiss generosity. Laughing, the man plays with the money he received from the national unemployment insurance. The hammock in which the foreigner lies obviously refers to the Swiss homeland, welcoming a person whose only intention is to abuse the hospitality offered by the country. Moreover, the foreigner here is clearly represented as a profiteer, an idler, lolling back in his hammock and without any qualms abusing the manna given by the Swiss welfare state.

The visual rhetoric drawn by the SVP in this picture, and reinforced by the textual argument, exploits the idea that migration, and chiefly asylum (as suggested by the man's facial features), is corrupted by immoral applicants. It quite clearly epitomises the figure of the economic migrant or the bogus refugee. A stigmatisation process thus underlies this rhetorical development, trying to convince people of the applicants' malicious intent and perfidious motives in coming to Switzerland, calling into question the legitimacy of their presence in the country.

7.4 IMMIGRATION AS A CRIMINAL THREAT

Many scholars identify a pattern in contemporary debates on migration "in which immigrant and criminality are so closely connected rhetorically that the slippage from immigrant to criminal seems almost natural [...]. Their work details the way in which construction of national borders, especially symbolic ones, have emerged on and through the bodies of racially marked immigrants (Flores, 2003: 363).

Setting illegality in migratory politics in a more definite manner than the first figure, this second figure fosters a vision of foreigners as criminals, burglars, drug dealers, etc. Immigrants are thus not accused of corrupting entry procedures or social insurances but of threatening the citizens' physical integrity and personal safety.

The SVP frequently uses this figure in its posters. In September 2007, for example, Swiss cities were invaded by a massive SVP communication campaign to support the launching of its petition "for the expulsion of criminal foreigners". Posters appeared all over the country. The image on these posters represents a white sheep kicking a black sheep out of its territory,

symbolised by a Swiss flag. Calling for “more security”, these posters mainly used the strength of visual communication to spread a clear and unequivocal message: the black sheep, i.e. criminal foreigners, must be expelled to preserve national security. Recycled in 2010 by the SVP in the context of the federal vote on its petition, the picture has also been highly successful among other European far-right parties, as it was taken up in 2007 by the German NPD and in 2011 by the Belgian Vlaams Belang.

A less well-known example of the SVP using this rhetorical figure of peril, is this poster [Figure 94, p.204]. Produced for the federal vote on the extension of free movement of persons for Romanian and Bulgarian natives in 2009, this poster is an unauthorized production made by the SVP's Youth section. Created to support their campaign against the extension of the Schengen Agreement on the free movement of persons, the Young SVP decided in the end not to diffuse this image because of its too highly controversial component. Given the party's well-known taste for communicating in an aggressive and provocative rhetoric, this decision may seem unexpected. Although this verdict has led to a lack of awareness of this poster in public opinion, the strength and the lines of its attacks against foreigners require closer examination for a broader understanding of the way it creates an evident picture of foreigners as criminals.

Under the text “No to free immigration for criminal Romanian Bohemians”, an image shows two men sneaking out of a house. The first one carries a computer screen and the second, stepping over the window, carries a hessian sack full of golden coins and a golden trophy. Both men's skin is dark; the lines of their faces are angular. They have curly black hair. We can only see a small part of the house. Its wall is white; its red shutters have a hole in form of a cross. The cross is white, exposing the white wall behind the shutters. Under the picture, another textual insertion indicates “Free movement of persons with Romania and Bulgaria, NO”. And in the left corner of the poster we can see the logo of the SVP Youth section.

The two men are stereotypically depicted to emphasise their foreign origins. Here the visual rhetoric drawn by the SVP works by a process which, as described by Matard-Bonucci (2006: 1099) “attaches great importance to appearances, since it credits to physical appearances – skin colour, facial features, somatic aspects – moral, intellectual or cultural characteristics”. In contrast to the two men who are patently depicted as foreigners, the house bears hallmarks of its Swiss belonging. Its shutters refer to the national flag. This clear symbolisation enables the construction of a well-defined rhetorical structure. Immigrants, notably Romanians, are burglars who have no qualms about forcing entry into Swiss homes to plunder the wealth of the citizens; in a broader picture, the looted house denotes Switzerland as a homeland. In short, according to the Young SVP, Romanians cannot be



Ouvrir la porte aux abus?

Non!



8 février

Figure 95 - Ouvrir la porte aux abus? Non (Goal AG Werbung, 2009)

trusted, their very being is corrupted. Granting them free movement rights thus amounts to giving scope for potential criminals to intrude into Swiss homes, and even worse, to profane the nation itself by plundering the country's resources, without any regard for the moral and social order. For the party, they are quite simply a direct threat to Switzerland and its citizens.

The official poster [Figure 95, p.210] chosen by the party's national board for the 2009 campaign against the implementation of the free movement of persons for Romanians and Bulgarians works with the same visual rhetoric, but without resorting to explicit reference to the figure of Romanian people. In this second poster, the two men are actually replaced by three black crows, but remain just as ominous as the two burglars.

On a white background covering the entire poster, the upper part of the production is a picture of three black crows. Two of them hold a cartographic representation of Switzerland in their beak. The third one stands a bit behind the two others. The map of Switzerland is far smaller than the three birds. Under the picture, we can read "Open the door to abuses?" and "NO!" in bigger letters. Lower down, the date "8 February" appears, and in the right corner of the poster, the SVP's logo. No explicit reference to free movement rights for Romanian and Bulgarian natives is made, the only reminder of the federal vote in question being the date "8 February".

Once again, on this poster, the SVP defines Switzerland as a small piece of land at the mercy of external threats. Here, the country is overwhelmed by the crows, which fight over it mercilessly. Although, in this official version, the SVP does not directly represent the threat with the features of Romanian people, the connection made between them and the rhetoric of accusation remains obvious.

In resorting to the image of a crow to symbolise Romanian and Bulgarian immigrants, the SVP here uses a process of depiction that has also been drawn on in anti-Semitic propaganda. This manner of depicting people in the form of animals (be it birds of prey, rats, octopus, etc.) is a straight-forward and easy way of denouncing them as predators, parasites, in short, as harmful and noxious. Zoomorphisation was therefore one of the most powerful tool of anti-Semitic caricature and has also been frequently used in anti-Communist propaganda.

On this poster, the opening of borders is portrayed as an open door for predators to enter Switzerland. The granting of free movement rights for Romanians and Bulgarians is symbolised as a loss of control, a situation that will leave Switzerland defenceless, in the grip of greedy and dishonest immigrants who will abuse the country in a number of different ways. The fears the Romanians should inspire, according to the SVP, are embodied in the symbol of the crow, a bird of ill omen, which makes this people guilty.



Ne vous laissez pas bernner!

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



JEUNESSES
UDC VALAIS
Romand

Le 26 septembre

<http://www.udc-valais.ch/jdc>

jeunesse@udc-valais.ch

2xNon

au bradage de la nationalité et
aux naturalisations en masse!

Figure 96 - Ne vous laissez pas bernner! Ce que le citoyen normal entend par là Ce que le Conseil fédéral entend par là Deuxième génération Les ressortissants étrangers nés et élevés en Suisse Les ressortissants étrangers qui ont effectué 5 années de scolarité obligatoire en Suisse Troisième génération Les enfants de parents qui sont nés tous les deux en Suisse et qui y ont été élevés Les enfants dont au moins un des deux parents a effectué 5 années de scolarisation obligatoire en Suisse Le 26 septembre 2xNon au bradage de la nationalité et aux naturalisation en masse! (Inconnu, 2004)

In the SVP's perspective, Schengen and the free movement of people are, in plain language, depicted as a "free hand for criminals, illegals, organized crime, [...] drug dealers, burglar gang [etc.]" (Zürcher Bote⁷⁵ n°47 2004, quoted in Geden 2006, 97). According to Duez (2008, 12), many people really do think that the "opening of borders and its corollary, the increasing mobility of EU citizens and citizens of third countries, would represent a danger to the preservation of law and order". The Swiss People's party thus considers the implementation of the Schengen Agreements as a "loss of sovereignty" that threatens Swiss prosperity by contributing to an increase in east-European migration flows. For them, Schengen is a space of insecurity, a free hand for illegal immigration, criminal networks and all kinds of ill-intentioned foreigners.

7.5 IMMIGRATION AS A NATIONAL SECURITY THREAT

A relatively similar rhetorical construction underpins the third anti-immigrant figure. Like the previous figure, it also portrays migration as a security threat, but this time not at the individual citizen's level, but as a major threat to national global security. Fear of terrorism is at the core of this third visual figure.

As stated by Statham (2003), after 11 September 2001, a new dimension has been added to the perception of migration as a cultural threat; it relates to the alleged terrorist risk that it represents for western democracies.

In 2004, two revisions of citizenship law were presented to the Swiss people. Both projects, rejected by popular vote, aimed at facilitating access to citizenship for second and third generation immigrants living in Switzerland. Campaigning against these two votes, an SVP cantonal youth section spread an illegal advertising poster [Figure 96, p.210] in the canton of Valais. The poster is built in two parts; the lower one is a table, opposing the arguments given by the Federal Council in support of the two votes and defining the vote that the so-called "normal citizen" is supposed to give. Even if this section is a classic example of populist anti-establishment rhetoric, we will not linger over that table here but will focus instead on the upper part of the poster which feeds directly into the definition of a migratory peril aesthetic.

The picture in the upper section of the poster contains an image which is an exact reproduction of the Swiss identity card. The name of the owner of the card is "Usama Bin

⁷⁵ Der Zürcher Bote is a weekly newspaper edited by the Canton of Zurich SVP section

Laden" and the photo on the identity card fits together with the famous face of the founder of Al Qaeda. Under this picture a textual insert warns "don't let him fool you!".

Here, the use of an official document reinforces the impact and the coherence of the message and the feeling of "national identity theft". The poster's rhetoric once again tries to call upon resentment and mistrust against foreigners. The argumentative structure is based on the claim that immigrants who could apply for citizenship are potentially harmful for the country. According to the Young SVP, some of the most dreadful criminals could hide among them.

The poster also testifies to a nowadays widespread rhetoric which tends to link immigration with international terrorism networks. Duez (2005, 27) explains the use of this argumentative figure by the fact that by "defining illegal, or terrorist, as a clearly identifiable political and social enemy, it indeed offers a figure of otherness so hazy and disturbing that it enables it to obtain everyone's adhesion to its own objective of social control". Here the figure of Usama Bin Laden crystallises the latent fears linked to the presence of foreigners in Switzerland and justifies the stand taken by the SVP against facilitated naturalisations for second and third generation migrants. In this poster, the fear of terrorism thus visually materialises various societal worries and legitimises some of them such as cultural and social invasion or the blurring of national identity. In this perception, an illegitimation process is again set in motion. Appealing at the same time for the preservation of national identity, the party presents both popular votes as a sell-out of Swiss citizenship. Claiming that, through them, wicked criminals could gain access to Swiss citizenship, the SVP contributes to creating a climate hostile to foreigners, even appealing to notions such as blasphemy and trickery. Foreigners, even those who are long established residents – as in the case of these two votes on second and third generation immigrants –, are mistrusted and illegalised by several rhetorical calculations, in particular by depicting them as a risk for the country's overall security.

For its part, the official poster chosen by the Swiss People's Party national board to campaign against the two revisions of citizenship law does not directly refer to the figures of terrorism or criminality, but it also works with a visual rhetoric appealing to notions of abuse and lawlessness among foreigners. By showing more or less dark-skinned and greedy hands grabbing for a crate full of Swiss passports and denouncing the "mass naturalisations" that both projects would supposedly engender, the poster again visually introduces the notion of a sell-out of Swiss citizenship and the vision that foreigners are a threat to the nation, in this context, more specifically to national identity.

7.6 CREATING A VISUAL RHETORIC AGAINST IMMIGRATION

Through the seven posters and the three main figures we have considered in this paper, the presence of migratory peril aesthetics in the Swiss contemporary political landscape seems evident. In these posters, the foreigner is always negatively portrayed. Almost always male, they are alternately depicted as threatening invaders forcing entry, a foot in the door of the Swiss home(land), as dark and blurred figures slipping illegally through borders, as armed members of organised crime networks, as lazy scroungers benefiting from Swiss social services, as greedy burglars looting Swiss homes, as ominous birds of prey battenning onto Switzerland and as internationally known terrorists hiding among Swiss citizens.

These figures evolve as time goes by. In the first two posters, the visual construction of the foreigners remains blurred and anonymous. Immigrants are only symbolised by shadowy silhouettes or a small part of their body; we never see their faces. But after the shock of the above-mentioned 1999 poster representing a man - whose face is clearly identifiable - tearing up the Swiss flag [Figure 38, p.111], the portrayal of foreigners became less diffuse and began to focus more on physical and personal characteristics. This poster is indeed considered by some scholars as demonstrating a "radicalisation process which tends to spread in the whole [Swiss People's] Party" (Mazzoleni 2003, 36). On the visual level, this conclusion is confirmed. The representations before 1999 are also negative, but they mainly work on a rhetoric similar to the founding myths of Switzerland. This returns to the themes of resistance against foreign oppressors, to the preservation of the country against external invaders and to the protection of "Fortress Switzerland" as a homogenous cultural and national unity.

The posters from the last ten years are more openly critical of foreigners themselves, as individuals. Their physical features and characteristics are often exaggerated and their physical appearance is sometimes used to define their supposed cultural and social values. In the same perspective, a criminalisation process is introduced. As noted by Duez (2005), this rhetoric tends to assign an intrinsic criminality to the members of a particular ethnic group and implies a racialised view in which individuals are only treated as representatives of an ethnic community (imagined or otherwise).

Each of these posters testifies to a migratory peril aesthetic occupying the political sphere; and the SVP is certainly the most prominent promoter of these figures. The most important stakeholder in the debate on migration and asylum policy, it has widely diffused these visual figures through the repeated use of provocative communication posters. The posters analysed in this chapter represent only a part of a broader phenomenon. Other posters (and press advertising, flyers, etc.) have actually contributed to spread the vision of migration as a threat. During its campaign in favour of the "Minaret Initiative" in 2009, the SVP issued a

poster [Figure 5, p.6] showing a woman in a black burka and a Swiss flag with black minarets springing out of it. Directed against the Muslims living in the country, the poster implies that this religious minority may represent a terrible danger. This picture, like the “black sheep” poster [Figure 1, p.5], has also been highly successful among other European far-right parties and has been taken up by the British National Party and, in France, by the Front National.

Another example of its aesthetic is another poster made in 2010 in the context of the SVP campaign “for the expulsion of foreign criminals” [Figure 69, p.140]. The image on the poster shows a broad-shouldered man, wearing a white singlet, a thick silver necklace and a moustache. His head is shaved. His face is covered by a black bar on which we read “Ivan S., rapist and soon Swiss?”. Alexander Segert, regular publicist of the SVP campaigns, explains the making of this poster: “Ivan is the bad guy. He has the muscles, the t-shirt, he’s not shaved. Does a man convicted for rape have the right to stay in Switzerland? This is a tough question. But you see Ivan for one or two seconds and you can instinctively feel the answer: No.” (Faure, 2012: 54).

Playing on the emotions, the party thus instrumentalises the latent fears of citizens. By using national symbols (the flag is omnipresent, but the party also uses identity papers, etc.) with, time and again, a foreigner breaking in to tear them up or take them up, the SVP succeeds in rousing a sense of indignation, anger or even blasphemy among citizens. The design of the poster is homespun, certainly “beyond good taste”, as underlined by Eser Daviolo and Gerber in another chapter of this book, but it is potent and makes people react instantly. Drawing on an aesthetic close to that used by the Swiss far-right propagandist Noel Fontanet in his posters of the 1930s, the Swiss People’s Party has successfully spread its political positions on migration issues.

Defamatory portrayals of foreigners recur throughout the SVP’s posters. Looking back through them, migrants, foreigners, asylum seekers and immigrants’ descendants are always visually linked with notions such as criminality, illegality and abuse and depicted as criminals, terrorists or cheats. And these figures are omnipresent in visual discourses whatever the voting topic, in so far as it relates to migration. In the 2004 poster, the face of Usama Bin Laden is, for example, assigned to second and third generation migrants.

The notions of abuse and profanation are fundamental in the SVP’s rhetoric. They serve to delegitimise the targets of its rhetorical attacks. Asylum applicants are the main targets of protest. As resumed by Gibney (2005, 6) “increasingly, the term asylum seeker became shorthand in public and media discourse for ‘economic refugees’, people taking advantage of the asylum route to escape normal immigration control; immigrants in pursuit of the benefits of welfare state at the expense of citizens”.

However, UNHCR considers Switzerland as one of the most restrictive countries in asylum policies. It also notably draws attention to the politicisation of asylum, reporting frequent manipulation of statistics, decontextualisation of facts, etc. and concludes that asylum seekers “make a perfect target for people who want to invoke the age-old prejudice against foreigners” (Lubbers 2001). In some posters, the same is also done with specific immigrant groups. Some communities, for example the Romanians or the Kosovars, are seen as impenetrable social organisations, giving rise to apprehensions of disorder and other breaches of the law and reinforcing fears of crime among Swiss citizens. By means of these posters, the SVP has been able to establish these images in citizens and politicians’ minds who, in a certain way, “have become addicted to a witch-hunt rhetoric” that, in the words of Schierup, “metamorphoses and criminalises the much-needed undocumented (migrant) into the EU’s most wanted: the illegal migrant”; but in the case of Switzerland, it also turns long-term resident foreigners and naturalised citizens into illegals and criminals. Through these visual representations, the SVP plays a part in the construction of a certain social and political reality. The recurrence of the images and the continuous repetition of these figures of threat have engendered a strong anti-immigration current and these portrayals of foreigners nowadays seem almost natural. The Swiss political landscape, known for its sense of consensus, has been profoundly shaken by the vehemence of the present debate on migration. The SVP and its supporters try to impose these visual and social representations whereas its opponents denounce this discriminatory rhetoric and attempt unsuccessfully to counter it on the visual level. The Young Socialists have, for example, replicated the “Ivan S. rapist and soon Swiss?” poster and replaced it with “Oskar F. fascist and already Swiss!” and “Christoph B. fascist and already Swiss!” and the faces of the two politicians.

By infiltrating this migratory peril aesthetics into society, the SVP has contributed to changing Swiss social reality and causing upheaval in the political debate. The demonization of foreigners is nowadays wide-spread in everyday conversation and political conscience. Channelling the most various and ambivalent struggles, social crises and irrational fears, this aesthetic works on a sense of blasphemy and publicly names the scapegoat who, for this right-wing populist party, has to atone for this sin.

7.7 LIST OF FIGURES

Figure 1: Vigilance, poster, 1983. Pierre-André Jacot. Bibliothèque de Genève.

Figure 2: Schweizerisches Volkspartei, poster, 1996. Swiss National Library.

Figure 3: Jeunes UDC Valais romand, poster, 2005.

Figure 4: Union Démocratique du Centre, press advertising, 2010.

Figure 5: Junge SVP, poster, 2008.

Figure 6: Union Démocratique du Centre, poster, 2009.

Figure 7 : Jeunes UDC Valais Romand, poster, 2004.

7.8 BIBLIOGRAPHY

Afonso, Alexandre. "Immigration and Its Impacts in Switzerland." *Mediterranean Quarterly* 15: p.147-166, 2004.

Amnesty International. "Politique d'asile en Suisse. Faits et chiffres." Accessed November 20, 2012. http://www.amnesty.ch/fr/themes/asile-migration/asile-en-suisse/asile-en-suisse/Faitschiffres_final.pdf

Amossy, Ruth. *Les idées reçues : sémiologie du stéréotype*. Paris: Nathan, 1991

Arlettaz, Silvia and Gérald Arlettaz. "Les initiatives populaires liées à l'immigration et à la présence étrangères", *La Constitution fédérale en chantier : commentaires et inventaires des sources de l'histoire de la Constitution fédérale 1848-1998*, edited by Silvia Arlettaz, 89-140. Bern: Schweizerisches Bundesarchiv, 1998.

Ball, Susan and Chris Gilligan. "Visualising Migration and Social Division: Insights From Social Sciences and the Visual Arts. " *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 11(2). 2010.

Barthes, Roland. *Mythologies*. Paris, Ed. du Seuil. 1957

Baumann, Julien. "La nationalité n'a aucune influence sur la criminalité." *Le Courrier*, May 17, 2010. 3.

Berger, Peter Ludwig, Thomas Luckmann and Pierre Taminiaux (eds.). 1986. *La construction sociale de la réalité*. Paris: Méridiens Klincksieck.

Betz, Hans-Georg and Geneviève Brzustowski. 2004. *La droite populiste en Europe : extrême et démocrate ?*. Paris: Autrement.

Duez, Denis. 2005. "Immigration clandestine et sécurité dans l'Union Européenne : la sécurité intérieure européenne à l'épreuve des théories de Michel Foucault ?" in *Michel Foucault et le contrôle social*, edited by A. Beaulieu, p.3-33. Québec: Presses de l'Université Laval

Duez, Denis. 2008. *L'Union européenne et l'immigration clandestine : de la sécurité intérieure à la construction de la communauté politique*. Université de Bruxelles (Etudes Européennes).

Every, Danielle and Martha Augoustinos. 2008. « 'Taking advantage' or fleeing persecution? Opposing accounts of asylum seeking. » *Journal of Sociolinguistics*, 12(5): 648–667.

Faure, Guillemette. "Le pubard qui booste l'extrême droite." *Les inrockuptibles*, November 24, 2010. 54.

Federal Office for Migration, "Statistiques en matière d'asile". 2010. Office fédéral des migrations,
http://www.bfm.admin.ch/etc/medialib/data/migration/statistik/asylstatistik/jahresstatistik/kommentierte_jahresstatistik.Par.0004.File.tmp/statistik-jahr-2009-kommentar-f.pdf
(accessed March 25, 2010).

Matard-Bonucci, Marie-Anne. 2006. Xénophobie, racisme en Occident. *Dictionnaire mondial des images*. In Laurent Gervereau. « Dictionnaire mondial des images », Paris, Nouveau Monde: 1098-1101.

Mazzoleni, Oscar. 2003. Nationalisme et populisme en Suisse : la radicalisation de la "nouvelle" UDC. Lausanne: Presses polytechniques et universitaires romandes

Müller-Brockmann, Joseph und Shizuko. 1971. *Geschichte des Plakates = Histoire de l'affiche / History of the poster*. Zürich : ABC Verl.

Palidda, Salvatore. 2009. "Some consideration on the situation in the main European countries." In *Criminalisation and Victimisation of Migrants in Europe*, ed. Salvatore Palidda, p.17-26. Università di Genova.

Schnapp Jeffrey T. 2005. *Revolutionary tides : the art of the political poster 1914-1989*. Milano; Stanford, Calif: Skira; Irish & B. Gerald

Schierup, Carl-Ulrik, Hansen, Peo and Stephen Castles. 2006. *Migration, citizenship, and the European Welfare state: a European dilemma*. Oxford etc.: Oxford University Press.

Schwelling, B., Ed. 2004. *Politikwissenschaft als Kulturwissenschaft: Theorien, Methoden, Problemstellungen*. Wiesbaden VS, Verl. für Sozialwiss.

Skenderovic, Damir. 2005. *The radical right in Switzerland : postwar continuity and recent transformations : a study of politics, ideology, and organizations*. Fribourg : Cric Print.

Skenderovic, Damir and Gianni D'Amato. 2008. *Mit dem Fremden politisieren : Rechtspopulistische Parteien und Migrationspolitik in der Schweiz seit den 1960er Jahren*. Zürich: Chronos.

Statham, Paul .2003. «Understanding anti-asylum rhetoric: restrictive politics or racist publics?» *The Political Quarterly*, 74: Issue Supplement s1, 163–177.

Union Démocratique du Centre (UDC). 2012. «L'UDC prépare une nouvelle initiative sur l'asile». [En ligne]

<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>

Van Dijk, Teun A. (1997). "Political discourse and racism: Describing Others in Western parliaments", in Riggins, Stephen Harold (ed.), *The language and politics of exclusion: Others in discourse*. Thousand Oaks; London; New Delhi: Sage Publications.

Wobmann, Karl et Willy Rotzler (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.

8 WE ARE THE OTHER HALF ... THE POSITIVE VISUAL REPRESENTATIONS OF FOREIGNERS IN SWITZERLAND BEFORE AND AFTER THE 9TH FEBRUARY⁷⁶

The 9th February 2014 has influenced international and Swiss public opinion. Many observers questioned the impact of the vote accepted by a slight majority of the Swiss people. The European Commission regretted the decision, the BBC warns that it "could spell disaster for Switzerland's booming economy" (Foulkes 2014), the NY Times presented it as "a move that could have far-reaching implications for Switzerland's relations with the European Union" and that "certainly won't be good for the economic vitality and prosperity in this country" (Eddy 2014). On this date, the Swiss People's Party (SVP) referendum "against mass immigration" was accepted with 50.3% of the votes in its favour. The initiative called for a limit to be imposed on the number of foreign nationals residing in Switzerland by introducing numerical ceilings and quotas, and thus calling into question the free movement of persons. The vote marked a further stage in implementing anti-immigration policies in the country.

Even if 50,3% of the constituency voted in favour of the referendum, the result shocked a large part of the Swiss population and a protest movement established itself in the country soon after. With reference to the 49,7% of people who rejected the SVP's initiative, the movement came to be known as "the Other Half". The Facebook page, the website and a book published a few weeks after the vote present a large number of pictures made by supporters of an open and tolerant Switzerland, who are in opposition to the vote of the majority. The movement was initiated in the French-speaking part of the country, while another initiative of this kind was simultaneously developed in the German-speaking part. The website ohnedich.ch ("without you"), for its part, offers the possibility for internet users to post a picture of themselves together with one of their loved ones of foreign origin, to show their affection for immigrants living in Switzerland.

Both initiatives are in line with previous communication campaigns, which wanted to promote an open-minded vision of Swiss society and to highlight the positive impact of

⁷⁶ Issu de la publication suivante : Maire, Christelle (2015, forthcoming) "We are the Other Half ... Visual Representation of Foreigners and Switzerland Before and After the 9th February 2014". in Ulz, Melanie and Christoph Rass (eds.). "The Visual Production of Migration". Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften

immigration on the country. In recent years, trade unions, left-wing parties and Secondos⁷⁷ associations engaged in campaigns trying to defend a favourable view of foreigners and to counter the SVP's stranglehold on the debate about migration. Since the end of the 1990's, the party has actually been involved in a massive communication effort to publicize its anti-immigration stance and has indeed been very successful in this attempt.

Strong politicisation of migration and re-nationalisation (Wodak 2013) thus contributed to the renewed anti-immigration rhetoric and the question of foreigners and their integration has constantly been in the public eye for a number of years. Within the context of a turbulent political decade, the aim of this essay is to analyse Secondos' associations, trade unions and left-wing parties' efforts to counter this harsh rhetoric. Focusing on the depiction, mainly in posters but not exclusively, of foreigners and of Swiss identity, this chapter seeks to investigate the construction of the foreigners and Secondos' positive visual identity since 2004. The year 2004 actually marks an important milestone in the affirmation of Secondos' identity in Switzerland. This is, indeed, the first time that they, through their political campaign for the vote to widen access to Swiss citizenship for second and third-generation immigrants, mobilised and "managed to provoke a public debate about [...] their integration" (Wessendorf 2008, 189).

This chapter thus address the visual production developed by the supporters of an open-minded society and immigration law which was aimed at the integration of foreigners and at the opening of borders, in opposition to the increasingly widespread discourse about the dangers of migration and the necessity to preserve the country from this threat. I will thus explore the images, symbols and depictions of foreigners used by these political organisations over the last decade in order to convey their positive stances on migration, as anti-immigrant feelings are increasingly explicit and uncontained in the mainstream political discourse. The aim of this paper is accordingly to retrace the identity construction process of a multicultural Switzerland, which considers immigrants as an essential aspect of its society.

8.1 THE ROLE OF IMAGE IN POLITICAL DEBATE⁷⁸

Politics has always been a game of symbols. In this essay, political communication is thus considered a semiological system (Barthes 1957).

⁷⁷ In Switzerland, the term "Secondos" is used to designate the children of migrants born in the country.

⁷⁸ This section broadly reproduces the methodological approach presented in the chapter "Visualizing Migration as a Threat: A New Migratory Peril Aesthetics in Switzerland" written by the author in the edited volume *The Far Right and Visual Politics* (Maire 2016 [forthcoming]).

In wider terms, the social reality (Berger, Luckmann, and Taminiaux [1966] 1986) is constructed by discourses, that are also visual discourses, which are in turn, by a mirror effect, fuelled by their ideological context. Images are central elements in the construction of identities, that are also national identities, and, following the same line of thinking, in the construction of otherness and sameness in the nation-building process. This has become even more pertinent in recent times, perhaps because, as stated by Lynn and Lea (2003), identity construction is increasingly dependent upon images. Thus, the image has always been a particularly appropriate tool to comprehend social reality. Visuals fill out human perceptions and popular culture. But we also have to emphasise that images, pictures, are constructed in the framework of social power and ideological dynamics.

On the basis of this theory, many scholars agree that visuals are one of the fundamental elements in the cultural construction of social reality in contemporary societies. According to Mitchell (1994), a picture must be considered as being a component of the whole social sphere. The "Pictorial Turn" thus employs the idea that pictures around us not only transform our world and identities, but that they also increasingly shape them.

Following these lines of thought, the politicisation process of immigration becomes an endless game of representations. Translating the issues that were submitted to vote into images involves the construction of a characteristic scheme of symbols. Each of these productions then helps to fuel the voters' social imagination. Political groups thus cultivate and promote a set of myths, which are meant to be significant rallying points, to legitimise their stand at the time of ballots. Images thereby become tools which make it possible to visualise opinions and to justify or delegitimise them. They make the rites, myths and theories which circulate within a society explicit (Schwelling 2004).

The importance of visibility is certainly even more significant when the political issue entails a highly emotional component and, all the more, when it comes to migration issues. The definition of the other and the self, in political and in cultural history, has always been founded on a recurrent use of images.

Image is, in this perspective, an essential tool, because as Amossy (1991) says, it enables "the essentialisation of the figure [...] and cuts it down to a few [...] stereotypes". While this notion of essentialisation is actually relevant for the forthcoming analysis, we must also emphasize, that the process of essentialisation in the Swiss political landscape predominantly leads to degrading stereotypes, but also to the definition of positive ones. In this essay, those positive stereotypes will be the primary focus.

The discourses on identity and alterity are considered to be “myth-making enterprises” (Riggins 1997). The symbolic construction of social reality thus also engenders visual rhetorical constructions, which in the case of the migration issue, participate in creating a “migratory aesthetic” (Ball and Gilligan 2010).

To trace the development of these visual patterns in the contemporary Swiss political context, I will look through political posters and other visual materials from the last forty years. These documents have been chosen according to how representative they are of the past and present rhetoric in favour of foreigners. Most of them have been produced in the context of a federal vote concerning the migration issue.

The analysis is based on semiological and political iconography methodologies and comprises different levels. The first one is the analytical grid. The aim here is to carry out a descriptive analysis of the image, consequently to record its iconic, formal and verbal codes. Once these have been identified, the next stage is the analysis in itself, i.e. to demonstrate how these codes are set within the posters and how they contribute to the development of a specific rhetoric and to the transmission of a message through the representations they engender. The final stage of this process is the contextualised interpretation of the visual.

This step leads to a more abstract level of analysis which builds on the Pictorial Turn (Mitchell 1994). From this broader perspective on the use of images as research resources, Mitchell demonstrates that pictures not only transform our universe of reference and our identities, but also play an increasingly important role in the construction of social reality.

Political posters and other visual materials are thus appropriate sources to comprehend how representations leave their mark on social reality. Direct democracy in Switzerland is a fertile ground for political communication; people vote at the federal level three to four times a year on a broad range of issues, each vote providing an occasion for parties to campaign and confront each other rhetorically. Briefly, “posters provide a literal, material bridge between the new public sphere constituted by mass communication and the public spaces that become the sites of modern politics as street theatres” (Schnapp 2005). Posters, and pictures in general, thus represent ideological positions in debates on migration.

8.2 AGAINST THE NEGATIVE PORTRAYALS OF FOREIGNERS: A SHORT HISTORICAL OVERVIEW

In the political landscape of contemporary Switzerland, the vote on February 9th does appear to represent the apogee of a semantic shift that Grillo characterises as a “criticism of multiculturalism that has been taking place across Europe and that has been described as a

'backlash against diversity'" (Grillo 2005). In terms of a visual political discourse, this shift can be seen as renewed migratory peril aesthetics (Maire 2016 [forthcoming]).

Over the last four decades, promoters of immigration restriction such as Vigilance⁷⁹, the Swiss Democrats, the Freedom Party of Switzerland, and, mainly since the mid-nineties, the Swiss People's Party (SVP)⁸⁰, have contributed to create a new anti-immigration climate and renewed political mobilisation against foreigners. In Switzerland, as in many other European countries, an atmosphere of mistrust and disrepute currently reigns over migration issues. One of the key elements of this growing backlash against immigration is the opposition to the free movement of EU citizens to Switzerland. For right-wing populists, the prospect of open borders gave rise to the fear of a security deficit (Duez 2005, 9), a fear that Schengen isn't a space of security, freedom and justice but a free pass for criminals, drug dealers, smugglers, terrorists, wage dumping, unwelcome competition for labour, etc. In this perspective, the consequences of Schengen are clearly interpreted by the SVP's sympathisers as harmful and the relations between Switzerland and the EU must be reduced to a minimum. The vote of the 9th February, which was directly aimed against immigration from neighbouring countries to Switzerland, exploited the resentment nourished by a certain part of the population against the European Union. It reveals widespread conceptions which are shaping a renewed upsurge of anti-immigrant rhetoric, manifesting itself in textual and visual discourses.

In this increasingly difficult context, a number of political and social actors are trying to counter the mainstream discourses that present immigration as threat to the country. The first occurrence of a positive stance on foreigners in visual communication manifested itself in 1970. At that time, the campaign preceding the vote on the "Initiative against Overforeignisation" - also known as the Schwarzenbach initiative⁸¹ - which aimed to limit the number of foreigners to 10% of the total population gained momentum. Rather than using positive portrayals of 'Guest workers'⁸², opponents of the initiative took a stance against

⁷⁹ Vigilance is a Genevan populist and xenophobic party founded in 1964. Dissolved in the early 1990's, Vigilance mainly militated against foreigners, cross-border workers and the International Geneva.

⁸⁰ While the SVP was originally the Party of Farmers, Traders and Independents (BGB), a traditional right-wing bourgeois and conservative party, it has undergone a radicalisation process which, in the 1990s, "resulted in the adoption of a program and a strategy similar to those of other radical-right populist parties in Western Europe. [...] The new programmatic course and numerous campaigns and statements bearing the stamp of provocative and resentful rhetoric [...] revealed a new party ideology profoundly marked by populism and exclusionism. As a result, identity politics, expressed in a variety of forms and different political areas, became a key feature of the new SVP" (Skenderovic 2005, 159).

⁸¹ Named after the "Movement against foreign overpopulation" leader of the time.

⁸² In the 1970's, anti-immigration referendums were mainly directed against workers from Italy and Spain who came to Switzerland during "Les Trente Glorieuses" ("The Glorious Thirty") to support the flourishing economy and in response to the lack of indigenous workforce, typical of this period. The term 'guest' refers to the fact that this migration was always envisaged as a temporary migration by policy makers and administration.

xenophobic tendencies and warned against protectionism and closed borders. The famous Swiss illustrator Celestino Piatti then joined the "Action Committee against the 'Initiative against Overforeignisation'" and created a poster [Figure 41, p.116] depicting a man with stylised features. He lifts his hands and head over a grey brick wall. The man holds up a Swiss flag in his right hand and puts his left hand up, as a stop sign. "Overforeignisation Initiative No" is written beneath the wall. The poster condemns the "Schwarzenbach Initiative" and presents it as an attempt to isolate the country. It conveys the idea of a 'Fortress Switzerland', closing its borders and prohibiting foreigners from entering its territory. Other posters⁸³ opposed to the referendum were mainly textual and also referred to the initiative's methods and its potential implications of an "isolated, narrow-minded, no future Switzerland"⁸⁴ and the threat it represented for the Swiss tradition of 'welcoming foreigners'. Hence, the first visual productions by political organisations to defend foreigners were, in fact, rather a condemnation of the Schwarzenbach proposal than an actual pro-immigration stance.

Things played out a little differently in 1974, during the second federal vote on overforeignisation. Driven by the near success of the Schwarzenbach Initiative, the "Movement against foreign overpopulation" managed to put a new "initiative against overforeignisation and overpopulation" through the ballot boxes. While most of the posters designed to oppose this referendum remained textual and mainly emphasised the crucial economic role of foreign workers [Figure 50, p.130 et Figure 51, p.130], a few depictions of 'foreigners' emerged.⁸⁵ A poster [Figure 52, p.130] created for the "Western Switzerland Committee against the expulsion of 500.000 foreigners" thus shows three men, a woman and a little girl standing on a railway track, with their luggage. Thanks to their attire, they can clearly be defined as workers in immigrants' traditional areas of activity (industry, restaurant service, construction and domestic service). The slogan "500.000 expellees, will you do their work? No" outlines the negative impact the initiative may have had on the Swiss economy and the fact that Swiss workers would certainly not accept to occupy the immigrants' workplaces.

The same rhetoric appears in another poster [Figure 53, p.131] of the "Western Switzerland Committee against the expulsion of 500.000 foreigners" against the 1974 initiative ((Luzern) 1974). The poster uses the metaphor of the pyramid to symbolise the fragile balance of Swiss stability, which is also based on 'guest workers'. The central picture actually depicts a human

⁸³ Apart from another of Piatti's posters (Piatti 1970) which said "We need these people ... and they need us".

⁸⁴ Quote from a 1970 Radical Democratic Party poster (Atelier 1970).

⁸⁵ In fact, foreigners' depictions were sometimes present in Swiss political posters since the beginning of the First World War (Garufo and Maire 2013), but they were, until the beginning of the 1970s, always portrayed as threats to the country.

pyramid made of six persons. The six men wear white trousers. Five of them wear a Swiss flag pullover and hat, the sixth man wears a yellow pullover with the inscription "guest worker" and a yellow hat. His physical features are also different; his skin and his hair are darker and he is the only one who wears a moustache. The slogan "If the pyramid falls down, you will also fall" appears on the upper part of the poster and reinforces the global message. If the 'guest worker' leaves the pyramid, the whole structure will collapse, as he is a part of its foundations (the foreign worker figures on the lower level of the pyramid).

The positive portrayal of immigrants is present in both posters and their role in the Swiss society is strongly stressed. The two images clearly show the initiative's potentially negative implications on the country. But in each of them, foreigners remain confined to a subaltern position. They are always depicted as a kind of utilitarian resource for the Swiss economy and this representation has strong links to a class society concept. During the 1970s, the only exceptions to this 'utilitarian perspective' can be found in the Revolutionary Marxist League's⁸⁶ visual productions [Figure 45, p.124], in which the different initiatives against overforeignisation are presented as a class struggle (bourgeoisie versus proletariat)⁸⁷, rather than a 'nationality struggle' (Swiss versus foreigners).

This argumentative focus thus continues to dominate pro-immigration discourses until the early 1980's. In 1981, the Swiss voters were, for the first time, asked to vote on a popular referendum which sought to widen immigrants' rights. The "Togetherness Initiative", submitted by socially oriented Christian groups, demanded that certain measures of legal and social integration should be taken in favour of immigrants (Skenderovic 2005, 69), notably the abrogation of the seasonal workers statute and the improvement of the right to family reunification. Even if the initiative was rejected by an overwhelming majority of Swiss citizens, the campaign preceding the referendum provided the opportunity for left-wing organisations and trade unions to spread diverse posters projecting a positive image of immigration. Defending the idea of equality of treatment for foreign and indigenous workers, most of the visual representations produced stressed the notion of camaraderie among workers to support the initiative.

A poster [Figure 97, p.226] by the "Trade Unions Joint Action" actually used a picture of six men gathered around a bottle of Chianti. According to their physical appearance (dark skin, black hair and moustache, etc.) and their clothing, five of them can easily be identified, as the

⁸⁶ The Ligue marxiste révolutionnaire (LMR) appeared in 1969 in the French-speaking part of Switzerland. Espousing Trotskyist-ideology, the party clearly positioned itself with an anti-imperialist stance and the defence of the interests of the working class. The LMR was dissolved in 1991.

⁸⁷ A slogan from a Revolutionary Marxist League's poster says, for example "Swiss and foreign workers, our only struggle is against Schwarzenbach and the Swiss bourgeoisie" (Anonyme 1970).

usual stereotypes are employed, as South-European workers. The sixth man's appearance differs; his clothing is a little more formal and his skin and hair are lighter. Beside him stands



Figure 97 - fürenand mitenand JA (Inconnu, 1981)



Figure 98 - Notre prospérité s'est construite AVEC les ETRANGERS NON à l'initiative "Anti-Suisse" des 18% les jeunes libéraux (R. Wälti, 2000)

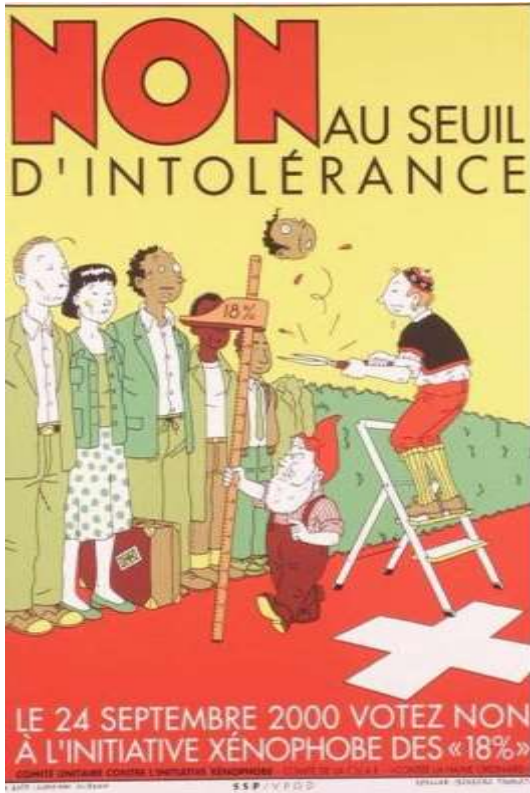


Figure 99 -Non au seuil d'intolérance Le 24 septembre 2000 Votez non à l'initiative xénophobe des "18%" (EXEM, 2000)



Figure 100 - Asylgesetzrevision
Ausländergesetzrevision 4./5. April 1987 Nein

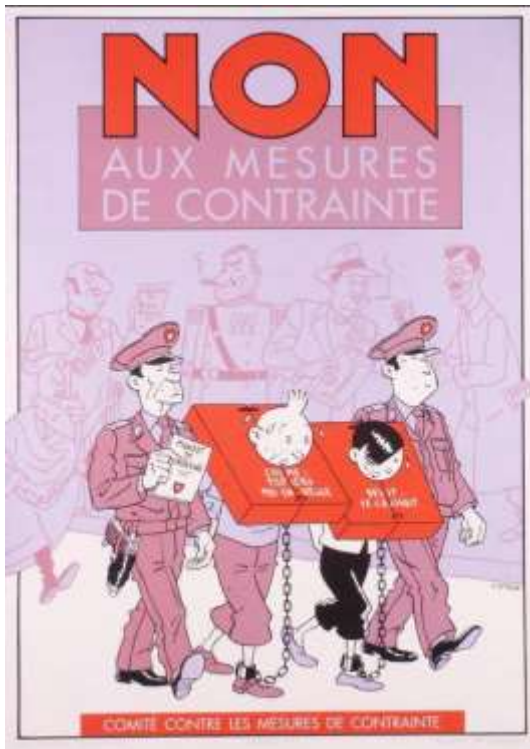


Figure 101 - Non aux mesures de contrainte (EXEM, 1994)



Figure 102 - L'Asile est un DROIT Pour rester solidaires 2xNON le 13 juin (Inconnu, 1999)



Figure 103- Sagen Sie ja statt jö. Am 26. September 2x zur erleichterten Einbürgerung (Inconnu, 2004)

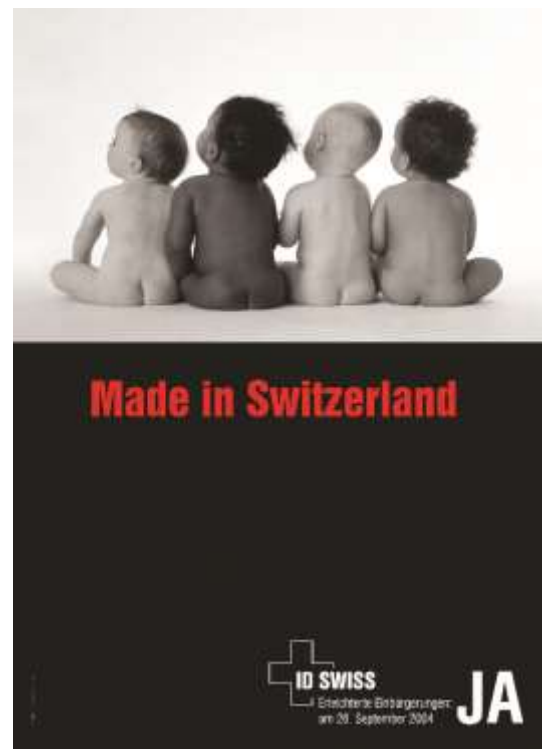


Figure 104 - Made in Switzerland Erleichterte Einbürgerungen am 26. September 2004 JA (Inconnu)

a bottle of beer. The slogan “Together for each other” appears on the lower part of the poster. It plays on the idea that a certain social cohesion already exists among workers, regardless of their national belonging. Therefore, there should be no difference of treatment between them and their right to equal treatment is thus evidenced. However, this argumentative construction in favour of foreign workers suffers somewhat from its culturalist orientation. Even if the six men are supposed to be equal, the picture uses stereotypical images of immigrants and Swiss people to convey its message: the Italian workers drink Chianti, wear moustaches and seem to occupy low-wage jobs; the Swiss drinks a beer, wears more formal clothing and seems to be employed in a higher position. They are supposed to be equal, but immigrants are still being represented as different and socially inferior.

This hierarchical representation also very strongly influences the visual discourse of a Social Democratic Party’s poster [Figure 89, p.187] in favour of the “Togetherness Initiative”. The picture represents a hand whose fingers are in fact five characters. A man’s face is drawn on each fingertip. The index finger and ring finger both depict foreigners (easily recognisable by their bearded faces, a recurrent stereotype in the portrayal of southern European workers). The first one’s bow-tie and the second one’s jumpsuit mark them out as a waiter and an industrial worker. The middle finger and little finger, for their part, portray Swiss executives, recognisable by their clean-shaven faces, suits and ties. The middle finger’s arms wrap around the index finger and ring finger in a rallying, but very paternalistic, gesture. Once again, under the guise of a positive vision of immigration, the argument’s structure puts foreigners back in a subaltern and stereotypical position.

The portrayal of foreigners remained practically unchanged throughout the two decades that followed. After a last ballot on two “Movement against foreign overforeignisation” initiatives in the 1970s, two new referendums aimed at curbing immigration were put to vote in 1988 and 2000.

The posters created for the campaign against the 1988 initiative “for the limitation of immigration” repeat most of the depictions found in the 1970s’ posters. An image [Figure 77, p.148] (Anonyme 1988b) showing a waitress, a construction worker and a nurse behind a border fence uses the slogan “What would we do without them?”. Another picture [Figure 78, p.148] (Anonyme 1988a) representing three men on a scaffolding proclaims “they build for you, you will vote for them”. And a poster [Figure 79, p.151] designed by Exem⁸⁸ (1988) denounces the xenophobic and hypocritical component of the referendum through an illustration of Hergé’s famous characters; Tintin and Chang are kicked out of the country by

⁸⁸ Exem is a Swiss cartoonist. He is mainly known for his parody of Tintin and his brilliant use of the ligne claire.

a customs officer, while Rastapapoulos and Colonel Olrik are welcomed, another customs officer bows down behind them and opens the border fence to let them in.

In 2000, the posters created during the campaign against the referendum “for the regulation of immigration” - also known as the “18% Initiative” in reference to the percentage limitation of foreigners in the Swiss population that it wanted to set down - also used a rhetoric almost identical to the one of the 1970’s and 1980’s productions, but changes slowly started to take place.

A Young Liberals⁸⁹ poster “Our prosperity was built with foreigners” [Figure 98, p.226] (Wälti 2000) portrays the role of immigrant workforce for the economy, just as a number of posters against the 1970’s referendums had. The difference between this image and the earlier productions is the diversity of workers’ profiles and countries of origin. Among the four figures portrayed, one of them effectively holds a trowel in its hand, another holds a pencil and a third a briefcase. The four silhouettes are covered by a patchwork of various national flags (Japan, Canada, Germany, United Kingdom, Italy, etc.). Although the argumentative focus remains the same as in most of the earlier posters, i.e. the need for foreign manpower, this picture nevertheless manages to avoid the stereotypical depiction of the foreign worker, and, by the use of stylised and abstract silhouettes, provides a modern and diversified vision of this figure. The “guest worker” is thus no more just seen as a low-skilled employee from southern Europe but comprises a plethora of facets. Nevertheless, the need for foreign workers remains at the centre of visual representations. If this conception is sometimes nuanced by some actors, it remains a constant element of pro-immigration campaigns. Still it misses the point and fails to turn Switzerland into a diverse and open society.

Most other posters created for the campaign against the “18% Initiative” used arguments which denounced the arbitrariness and xenophobia of the proposal and remained mainly textual; the only exception being the poster [Figure 99, p.227] (2000) created by Exem for the “Unitary Committee against the xenophobic initiative”. Topped with the slogan “No to intolerance threshold”, a picture in the *ligne claire* style shows two men, a garden gnome and a Swiss wearing the national traditional outfit, trimming a hedge in front of which six characters are aligned. The gnome holds a measuring pole on which “18 %” is written, while the Swiss man, using pruning shears, cuts the head of the characters that are taller than the 18% limit. While the two men trimming the hedge bear all the hallmarks of Swiss people (a red and white outfit for the gnome and an “*armailli*”⁹⁰ costume for the other man), the six

⁸⁹ The Young Liberals is a Youth Section of the Liberal Party of Switzerland.

⁹⁰ The *armailli* (Senn in German) is the traditional alpine shepherd. His costume consists of a light blue edelweiss shirt, a black or red vest decorated with the same floral motives, a black pant and a cap. “The image of *armailli*

figures aligned in front of the hedge can easily be identified as foreigners, as they bear a number of recurrent stereotypical characteristics. The six characters, of which there are five men and one woman, all have different features; their skin and hair are more or less dark and we can recognise a North African man, a black African man, a southern European man, an Asian woman and a northern European man without difficulty. A suitcase is placed beside them to evidence their immigrant status. As in the Young Liberal's poster "Our prosperity was built with foreigners", the foreigners' depictions have become broadly diversified and are no longer limited to the southern European "guest worker". The characters' facial features remain highly stereotyped, but the stereotypification is identical for indigenous and foreign figures and can also be explained by the visual of comics used here.

Alongside the diversification phenomenon in the depiction of immigrants, the main change in the politicisation of migration during the last three decades is the increasingly prominent focus on asylum. As asylum was an almost inexistent topic, but a universally accepted principle, in public debates until the end of the 1970s, it became a major component of anti-immigration stances in the 1980s. Since 1981, the law on asylum has actually been revised no less than ten times and has also been subject to several referendums ("against the misuses of the right of asylum", "for a reasonable asylum policy", "for the limitation of the reception of asylum seekers", "against illegal immigration", etc.). In visual propaganda, the growing thematisation of asylum led to the establishment of new figures of speech and to the development of a contested image of the asylum seeker.

In pro-immigration discourses, the topic of asylum is merely represented by the struggle against xenophobia and the defence of refugee's rights. In 1987, the "Referendum Committee against the weakening of the right to asylum and hardening of the law on foreigners" published a poster [Figure 100, p.227] (Anonyme 1987) against two revisions submitted to vote. This poster, made up of four images, retraces the process of a white cross on a red background which, little by little, closes in on itself to become a white block made of bricks. Condemning the closed-mindedness, as well as the closure of borders engendered by the two revisions, the poster uses rhetorical constructions which are really similar to the ones of Piatti's poster against the "Schwarzenbach Initiative".

A 1994 poster [Figure 101, p.228] of the cartoonist Exem, published during the campaign against the implementation of the "federal law on coercive measures under the foreign nationals' act" (Exem 1994), also uses the same argumentative patterns that the author used in his poster created in 1988. Recapturing the Tintin characters, the picture shows Tintin and

gained its permanent contours with the idealisation of pastoral life in the literature and painting of the 18th Century" (Haver and Remix 2014).

Chang who are, in the literal meaning of the expression, put in the pillory by two policemen. Their "crimes" are written on their pillory: "papers not in order" and "was hidden". In the background of this scene, Rastapopoulos and other villains go about their daily business with impunity. Once again, the aim is to demonstrate the inequality of treatment and the hypocrisy of laws put to vote.

In the framework of the 1999 vote on Asylum Law and Emergency Amendments to the Asylum Act, the defenders of an open-minded migration policy concentrate their attention on the humanitarian dimension of asylum. A poster [Figure 85, p.158] (Christen 1999) created for the "Committee against the weakening of the right to asylum", for example, shows a picture divided into two parts. Each part, demarcated by a white border, contains a stylised silhouette with arms outreached towards each other. Playing on the symmetry of the picture, the poster calls for the protection of acquired rights and security.

In 1999, a new figure appeared in some posters of left-wing parties: the victim of persecution. Represented by a man behind bars in a Social Democratic Party's poster [Figure 102, p.228], a woman in a refugee camp on a Green Party's poster [Figure 84, p.158] or a woman fleeing from a devastated village in another picture [Figure 83, p.158], this depiction symbolises asylum seekers' fragility and their vulnerable status.

This brief overview underscores the fact that political participation of foreigners in the politicisation of their role as citizens or members of the community as well as the importance they might have, or not, in Swiss society was, until the beginning of the 2000's, totally absent. At least, with regard to their visual representation in political communication. The stakeholders engaged in defending positive visions of immigration mainly came from left-wing parties, trade unions and ad-hoc committees. Migrants' associations and interest groups were never directly involved in the representation of these issues by which they are, nevertheless, directly affected.

The figures chosen by the defenders of an open and non-discriminatory migration policy often lead to a utilitarian and subaltern representation of foreigners. When the importance of immigrant workers in Switzerland is underlined regularly, the pictures tend to suffer from a paternalistic and stereotyped vision of foreigners. 'Guest workers' are always represented in low-wage jobs and certain sections of the labour market. Even if it does correspond to the most common situation among foreigners in the 1970s and 1980s, the culturalist representation of the "guest worker" (a construction or industrial worker or a waiter with a moustache) seems quite reductionist. In addition, foreigners are also often depicted as victims; victims fleeing from persecution in their home country or victims of unequal rights

and xenophobia in their host country. In this perspective, the migrant is again seen from a very paternalistic view.

8.3 FOREIGNERS BECOME PUBLICLY INVOLVED IN THE DEBATE

The 2004 vote on the Swiss citizenship regime changed this situation. For the first time in the country's history, foreigners, especially the second generation of immigrants, involved themselves publicly in political discourse. In 2004, the Federal Assembly actually proposed two revisions of the law on naturalisation. The first one would have led to facilitate access to citizenship for the second-generation, the second one to an automatic naturalisation of the third generation, that is the grand-children of migrants. Even if the two propositions were supported by all major governmental political parties, with the exception of the Swiss People's Party (SVP), they were both rejected by Swiss voters.

The debate on citizenship was crucial in the country and the tensions between inclusionist and exclusionist political strategies redrew the symbolic borders of the Swiss nationhood. "In Switzerland, as in [...] other highly bureaucratised democracies, law is a core mechanism of the social making categories" (Lavanchy 2014). Votes on citizenship are indeed an opportunity for political actors to defend their viewpoint on 'swissness' and 'otherness', on who's Swiss or who's not. The naturalisation procedure actually reveals how citizenship is regarded within political institutions. It testifies to a meritocratic conception of nationality acquisition, which can certainly be linked to the defensive vision of Swiss nationhood. Belonging to the nation is seen as a privilege, as something that has to be earned, in other words, as a Grail that must be preserved from external threats. Here I will therefore underline, as Schneider (2001) points out, "the importance of understanding 'public representations of belonging' as one of the basic structuring principles of any specific identity formation". The naturalisation issue is a very emotional subject and "political battles that are fought over citizenship rights are often of symbolic rather than legal nature" (Achermann et al. 2010). The aim of the participants is thus to define cultural belonging and struggles over national and/or cultural identity in order to separate those who 'deserve' to become Swiss from those who do not.

The campaign preceding the vote was tumultuous and constituted the first example of a 'Secondos' national mobilisation. The "Secondo Movement" was founded in Zurich in 2002. After the traditional May Day demonstration, "the police deputy publicly ascribed the destruction caused by the protesters to members of the second generation, and one of the largest Swiss newspapers pointed to the strong presence of 'young immigrants with gel in their hair, those who are commonly called secondos'. Several members of the second

generation were shocked by this open stigmatisation and reacted to it by founding an organisation called IG Second@s [...]. They wanted to [...] fight against the negative image ascribed to them" (Wessendorf 2005, 17).

In the framework of the campaign preceding the vote on the 2004 revisions, the tensions between those who argued for an inclusive conception of citizenship and those who pretended to fight for the preservation of the Swiss nationhood were strong. The SVP, the only governmental party campaigning against the proposals, thus published two harsh posters.

The first one [Figure 96, p.210], made by the Young SVP⁹¹, is built in two parts; the lower section shows a table addressing the Federal Council's argument in favour of the vote and the 'normal' citizen's understanding of it. This section is a classical populist anti-establishment rhetoric, but I will not lean my attention towards that dimension and instead centre my concerns on the upper part of the poster. The image in this section is an exact imitation of the Swiss identity card. The owner of this card is obviously the well-known Osama bin Laden. Under the picture a textual insert warns "Don't let him fool you!".

The poster's rhetoric tries to call upon resentment and mistrust against foreigners. The argumentative structure works on an assertion pretending that immigrants who applying for Swiss citizenship could be harmful to the country. According to the Young SVP, some of the most dreadful criminals could hide among them. A process of delegitimisation is created by the foreigners' depiction; working on appeals to national identity preservation, the party presents both referendums as a sell-out of the Swiss citizenship. Foreigners, even those who were long-established residents, as in the case of this vote on second and third generation immigrants, are mistrusted by the right-wing populist party which employs several rhetorical calculations to discredit them, in particular by presenting them as a risk for the country, global security and national identity.

The second SVP's poster uses the same argumentation, but in a less direct manner. By showing more or less dark-skinned and greedy hands rushing towards a crate full of Swiss passports, with the inscription "mass naturalisations" [Figure 121, p.254], it reintroduces the concept of a sell-out of Swiss citizenship and that foreigners are a threat to national identity.

To counteract this aggressive campaign, the Secondos, supported by left-wing parties and a large part of right-wing actors, claimed their right to become Swiss citizens. A Social Democratic Party (SP)'s poster (Anonyme 2004b) [Figure 103, p.228] is, for example, built in two parts; the upper one is a picture of four naked babies who are sitting in an all-white room.

⁹¹ Young SVP is the Youth section of the Swiss People's Party (SVP).

The beholder sees them from behind. The four children seem to look in the same direction (the left side of the poster). Two of them are white, another one is dark-skinned and the last one is black. The background of the lower part of the poster is also white. The two parts of the production are delimited by a red line. On this background, the slogan "Say yes rather than jö⁹²" appears in black letters and, below, in smaller and grey letters, "on 26 September 2x to facilitate naturalisation".

This SP's poster uses the same picture as an ID Swiss/IG Secondas' poster ((Ligornetto) 2004) [Figure 104, p.228]. Only the lower part of the ID Swiss/IG Secondas' production is actually different. On a black background, just below the four babies' picture, the slogan "Made in Switzerland" is written in red letters and, on the very lower part, the beholder can read "ID Swiss, 2x yes to facilitate naturalisation on 26 September 2004" in much smaller and white letters.

Both posters emphasise the fact that the four babies are equal as they sit alongside each other, looking in the same direction. The direction of their gaze seems to indicate that they are all looking for the same thing and that they share a "common vision". The ID Swiss/IG Secondas' poster points out that despite their different skin colours, each of them was "made in Switzerland", that is, born in the country. By using this famous and proudly defended label, it considers each of these babies as "Swiss products" and therefore introduces an integrative conception of citizenship. For the SP and ID Swiss/IG Secondas, the evidence is that, white or black, these babies are Swiss citizens.

The same perspective is traced on a second ID Swiss/IG Secondas' poster (Cesar Sommer 2004) [Figure 106, p.236]; this time not by the depiction of foreign- and Swiss-origin babies, but by the means of a typically Swiss symbol: the fondue pot, which here becomes a symbol of cultural unity. The poster is again built in two parts. The upper part contains a picture of a classic fondue pot (called a "caquelon"), painted black with edelweiss flowers. Inside the pot, the beholder can see spaghetti, four fondue forks and a small Swiss flag. The background of this image is blue. The background of the poster's lower part is red, white letters are printed on it. The ID Swiss/IG Secondas' logo is visible, as well as the indication "facilitate naturalisation on 26th September 2x Yes".

The fondue pot is used here as a symbol of the melting pot; this icon thus symbolises the fact that members of the second-generation share and enrich the rituals and values of their compatriots. They emphasise their cultural adhesion to national rituals, by using the image of the fondue pot around which the Swiss- and foreign-born gather. The spaghetti in the

⁹² The dialect version of ja – yes.

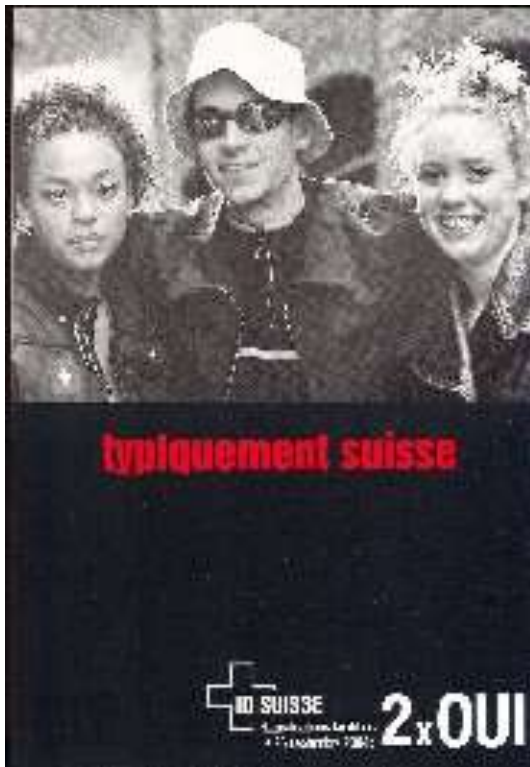


Figure 105 - typiquement suisse 2xOUI (Inconnu, 2004)



Figure 106 - ID SWISS Erleichterte Einbürgerungen: 2xJA am 26. September 2004 (Cesar Sommer, 2004)



Figure 107 - Integrieren und einbürgern was einheimisch ist. JA zum neuen Bürgerrecht! (Inconnu, 2004)

“caquelon” (instead of the classic cheese fondue) reflects the positive value that immigration, in this case especially the long standing immigration from Italy, can add to Helvetic culture, granting immigrants the right to their own view on Swiss tradition. In this perspective, foreigners are regarded as an integral part of the Swiss community and the poster’s rhetoric highlights the contribution made by second and third generation foreigners for the country’s cultural wealth.

In a postcard [Figure 105, p.236] ((Ligornetto) 2004) created by ID Swiss/IG Secondas, the Secondos use the same line of argument as previous SP’s and IG Secondas’ posters. On a black background, a picture of a white man, a black woman and a white woman occupy the upper part of the postcard. The black and white photo shows the three young people, smiling towards the beholder and wearing trendy outfits, arm-in-arm. Under this picture, the text “typically Swiss” is written in red letters. The ID Swiss/IG Secondas’ logo is visible on the postcard’s lower part, with the caption “facilitate naturalisation, 2x yes”. The message is here pretty clear: no matter what their skin colour or their origin is, these three people are equal and typically Swiss, they are the reflection of a modern and multicultural Switzerland, which is already an established reality in the lives of the second-generation ‘foreigners’. The postcard’s argument thus justifies granting of facilitated naturalisation for Secondos, because they already have a sense of belonging to Switzerland. For them, they, de facto, are part of the nation.

Another poster [Figure 107, p.236] (Anonyme 2004a), created by the Christian Democratic People’s Party (CVP), exemplifies this position. Superimposed on a red background, a drawing, in the style of a press cartoon, shows five Swiss national football team players waiting for the beginning of the match. In front of them, we can also see the shadow of another team. In contrast to the Swiss team, which is short-handed, the opposing players are fully staffed. The football in the centre of the field suggests that the start of the game is imminent. One of the Swiss players asks his teammates “What are we waiting for?” One of them responds “For the facilitated naturalisation of our teammates”. Below this picture, the slogan “Integrate and naturalise what is native” appears in big white letters on the red background. On the poster’s left side, to the right of the drawing, a white cross and the caption “2x yes to the new citizenship right” are also printed on the same background. The rhetorical construction is quite clear here and relies on the same perspective as previous posters. The naturalisation candidates affected by the two revisions are Swiss-born, they are native to the country and accordingly have the right to be recognised as full citizens. The poster corresponds with current concerns since the Swiss national soccer team was indeed the most ‘multicultural’ team of the 2014 world cup; with players having grand-parents from Italy, parents from Spain, Serbia and Turkey or who were even born in Kosovo, Macedonia,



Figure 108 - Naturalisations à l'aveugle? non à l'arbitraire le 1er juin 2008 (Inconnu, 2008)



Figure 109 - Naturalisation par les urnes - Non aux naturalisations à la tête du client. Vote du 1er juin 2008 (Inconnu, 2008)



Figure 110 - Demokratie entwickelt sich weiter. Bewegen wir uns mit. 2xJa. Ja zum Stimm- und Wahlrecht für alle mit Niederlassungsbewilligung (Inconnu, 2010)



Figure 111 - STOP OUI à l'initiative sur les naturalisations (Goal AG Werbung, 2008)

Even if these visual communication items promote an integrative vision of immigration and are of major importance, since they are the first examples of a political campaign which has led to a new visual identity of migrants created by themselves, their message suffers from the culturalist rhetoric used in the posters and postcards. In spite of their radically different positions, SVP's and ID Swiss/IG Secondas campaigns thus "used a similar kind of discourse, drawing on positive and stereotypical images of migrants" (Wessendorf 2008, 187). Here, we are touching upon the complexity of creating an efficient visual discourse on multiculturalism. As mentioned above, an image necessarily involves the essentialisation of discourse and, accordingly, the use of immediately recognisable symbols. This process almost inevitably generates the use of stereotypical representations.

After the failure of the 2004 attempt to liberalise the access to citizenship for second and third generation immigrants, migration politicisation has returned to 'normal'. The 2006 vote on the modification of the laws on asylum and foreigners has resumed traditional argumentative patterns. The SVP and its supporters, for their part, argued for a toughening of the legislation in order to "fight against abuse of the right to asylum". Their opponents denounced, for their part, the arbitrary, exclusionist and inhumane component of the two revisions, and stand against Blocher's⁹³ politics, claiming for example "2x no to Blocher laws". The figure of the foreigner never explicitly appears in the visual productions created by both of these sides.

In 2008, Swiss citizens once again voted on the process of naturalisation, but this time the vote was initiated by the SVP's referendum "on democratic naturalisations" which aimed at the introduction of "ballot box naturalisation procedures". With this proposal, the party wanted the decision to grant citizenship, or not, to naturalisation candidates to be made by voters. Combated by every other governmental party, the referendum's opponents responded to SVP - which used an almost identical poster to that of 2004 (greedy hands rushing towards a crate full of Swiss passports) [Figure 121, p.254 et Figure 111, p.238], with posters denouncing the arbitrariness of naturalisation at the ballot box. The Radical Democratic Party, for example, created a poster showing a Swiss citizen (he is wearing a Swiss flag t-shirt) casting his vote wearing blindfolds. The slogan under this picture says "no to blind naturalisations". The Green Party, for its part, spread a poster showing nine sheep⁹⁴

⁹³ Christoph Blocher is the historical and charismatic leader of the SVP, and the main architect of the party's radicalisation.

⁹⁴ The sheep symbol refers to a controversial and highly debated poster created by the SVP in 2007 for their campaign to collect signatures for the referendum proposal "for the expulsion of criminal foreigners". The poster showing a black sheep kicked out of the Swiss territory by three white sheep has hardly been criticised by anti-racist stakeholders and was used by various European right-wing populists, including the German NPD and the Belgian Vlaams Belang (Maire 2016 [forthcoming]).

in various colours. The four white sheep hold a placard with the word “accepted” while the five multi-coloured sheep hold a placard with the word “refused”. The picture is supported by the slogan “no to case-on-case naturalisations”.

The “Secondo Movement” was, however, absent from this debate; no posters and no other public stances have been spread during the campaign preceding the 2008 referendum. Moreover, IG Secondas has almost never appeared again on the national political scene after the 2004 vote. Most of its stances have been formulated in the framework of cantonal ballots addressing the issue of foreigners’ political participation in the German-speaking part of the country. The organisation thus created an electoral register, composed exclusively of second- and third generation immigrants, for the 2006 local elections in Zurich. Their slogan was “Feel the difference”. In 2010, Secondas Plus – the name under which the organisation is now known – campaigned in favour of granting the right to vote to long-term resident foreigners in the canton of Basel-Stadt with a poster calling to mind the extent of civil rights over the centuries; from Basler citizens in 1833, to women in 1966 and the Swiss abroad in 1975. For the organisation, foreigners voting should be the logical follow-up of this democratic development. The same year, Secondas Plus distributed a poster for the canton of Bern vote with the same topic. The poster created used the slogan “living together, voting together” and denounced the fact that some Bernese residents had the right to express themselves at the ballot box (symbolised on the poster by a speech bubble) while others did not have this right (symbolised on the poster by an x sign). The organisation campaigned for the same cause in 2013 in Zürich.

The only exception to these cantonal stances is a badge made in 2014 for the campaign against the 9th February initiative “on mass immigration”. Showing a crane accompanied by the slogan “Switzerland builds on us”, the message reuses a rhetoric which has been recurrent in the last decades.

On the national level, the “Secondos Movement” seems to be running out of steam and the promotion of a positive vision of immigration is again chiefly defended by its traditional stakeholders, which are the left-wing parties and trade-unions. While they are mainly involved in the framework of the federal vote on migration issues (“against the construction of minarets”, “for the expulsion of criminal foreigners”, on the free movement of persons from the new EU member states, etc.), they have also launched their own awareness campaigns in an attempt to reverse the negative stereotypes created and perpetuated by anti-immigration discourse and migratory peril aesthetics.

In 2011, the trade union Unia thus launched its campaign “Without us, no Switzerland” in order “to address the increasing xenophobic climate, fuelled by right-wing populists”. By



Figure 112 - Ohne uns keine Olma-Bratwurst. 55% aller Mitarbeitenden in fleischverarbeitenden Betrieben haben keinen CH-Pass (Inconnu, 2013)



Figure 113 - Sans nous pas de montres suisses. Près de 60% des employé-e-s de l'industrie n'ont pas de passeport suisse (Inconnu, 2013)

Un kosovar fait rêver la Suisse!
Dons CP 30-631038-3



Halte à la xénophobie

En marquant trois buts au cours du match qualificatif pour l'euro 2012 contre la Bulgarie, Xherdan Shaqiri a sauvé presque à lui seul l'honneur de l'Equipe nationale suisse. Comme Shaqiri, la quasi-totalité des joueurs de la Nati sont nés sans le passeport helvétique.

Dans beaucoup d'autres professions également, les migrant-e-s apportent une contribution indispensable pour que la Suisse continue à prospérer. Nous leur devons donc respect!

Luttons contre les campagnes xénophobes et diffamatoires.

www.sans-nous-pas-de.ch



Figure 114 - Un kosovar fait rêver la Suisse! [...] Halte à la xénophobie (Inconnu, 2012)

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

Des Kosovars poignardent un Suisse!



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.

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. «Suisse 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

En faisant un don au CDP 66-167078-1, vous contribuez aux frais de cette annonce. Un cordial merci.

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



Figure 115 - Des Kosovars poignardent un Suisse! Stopper l'immigration massive! (Inconnu, 2011)

disseminating statistics on the positive impact of immigrants on the Swiss economy and social welfare, the trade union aimed to oppose the xenophobic statements which regularly circulated in the framework of the political campaigns in favour of anti-immigration referendums. In this perspective, Unia, for example, published a press advertisement [Figure 114, p.241] (Anonyme 2012) in response to another press advertisement [Figure 115, p.241] spread by the SVP during its campaign to collect signatures for its referendum proposal "against mass immigration", with the title "The Kosovars eviscerate the Swiss!" (in reference to a tragic news item). The Unia's advertisement used almost the same design as the SVP, but was, for its part, entitled "A Kosovar made Switzerland dream", discussing Xherdan Shaqiri, a player of the national football team born in Kosovo, who "saved the country's honour" by scoring three goals in a Euro 2012 qualifying match.

This press advertisement has a similar statement as the series of posters regularly spread by the trade union over recent years. Like many productions created by pro-immigration actors, these posters underline the importance of foreigners for the Swiss community and economy. Different versions of the slogan "Without us, no Switzerland" are thus set out; "without us ... no olma-bratwurst; no chocolate, no construction industry, no football, no Swiss watches, no research, no health care, etc.". Each of the posters shows a situation referring to these slogans, on which a part of the silhouettes of watchmaking industry's workers, construction industry's workers, nurses, researchers or footballers have been cut off, leaving gaping white holes in the posters. Beneath the photos, the trade union gives facts such as "almost 60% of the watchmaking industry's workers have no Swiss passport" [Figure 112, p.241 et Figure 113, p.241]. These images thus retain a line of continuity from the previous pro-immigration posters and resonate with the Secondos Movement's campaign "No pizza without migrants" (Wessendorf 2005). Like in the 1970s, the aim here is to create a counter-discourse emphasising the crucial role of foreigners in Swiss society. If the construction industry is once again present on the most recent posters, the Unia's campaign will also approach other areas which more specifically constitute the stereotypical Swiss national identity, such as the watches and the chocolate industries. Again, the rhetoric argument works on the demonstration that foreigners are de facto constitutive of the nation; they are presented as active components of its economic success and cultural wealth.

8.4 THE POST-9TH FEBRUARY ELECTRIC SHOCK

Despite these repeated attempts to depict immigration in a positive light in public discourse, the growing xenophobic climate within Switzerland has, over the recent years, resulted in the acceptance of several anti-immigration referendums ("against the construction of minarets"



Figure 116 - La démesure nuit à la Suisse. Stopper l'immigration massive OUI (Goal AG Werbung, 2014)



Figure 118 - theotherhalf2 (Inconnu, 2014)



Figure 117 - theotherhalf (Inconnu, 2014)



Figure 119 - ohne dich1 (Inconnu, 2014)



Figure 120 - ohne dich2 (Inconnu, 2014)

in 2009, “for the expulsion of criminal foreigners” in 2010), including the initiative “against mass immigration” on the 9th February 2014. The acceptance of this SVP’s referendum indeed constitutes an important milestone in Swiss political history, as for the first time an initiative aimed at curbing the foreign population rate has been accepted by the citizens. The ten previous proposals concerning this issue had failed, whether at the stage of collecting signatures or at ballot box.

The campaign conducted by the opponents of the referendum “against mass immigration”, which involved all the governmental parties with the exception of the SVP, focused primarily on the slogans “Without the Bilateral, no prosperity” and “Felling our prosperity? The SVP’s initiative isolates Switzerland”. These textual components were accompanied by pictures of an apple-tree with plenty of fruits being felled by a logger [Figure 20, p.22]. The logger on the posters is reminiscent of a well-known and recurrent symbol in Swiss cultural history, because it is the reproduction of the man depicted by the famous Swiss painter Ferdinand Hodler in his iconic painting “*Der Holzfäller*” (“The logger”); a symbol that has been used several times for political posters over the last century. The image of the apple-tree is also a classic of Swiss political iconography⁹⁵ and was also chosen by the SVP’s campaign. The SVP’s poster [Figure 116, p.243], shows an apple-tree whose roots surround Switzerland. The country is symbolised by its geographical territory, painted in red, a white cross in its centre, and represented as a barren land, falling apart. Beneath this image, the slogan “Excessiveness harms Switzerland. Stop mass immigration” appears.

Each of the “apple-tree posters” once again appeals to the idea of Swiss prosperity. The SVP claims that this prosperity is threatened by immigration, while on the contrary its opponents believe that the closure of borders would harm the country’s economy. Despite their radically opposing positions, both sides use an almost identical symbolism, without explicitly referring to the figure of the foreigner. The campaign eventually took place in a relatively calm manner and no one really expected the acceptance of the referendum, with opinion surveys predicting its failure.

The outcome of 9th February vote was indeed a shock for a large part of the population. Some citizens who voted in favour of the referendum even expressed their regrets, explaining that their vote was essentially cast to protest against political elites and that if they had known that the initiative would be accepted, they would never have voted with ‘yes’. Amongst the 49.7% of the population who voted against the referendum, several citizens’ initiatives arose out of this ire and strongly expressed their indignation. For example, a youth section of the

⁹⁵ The tree has frequently appeared on political posters, at least since the first half of the 20th century, generally as a symbol of the country’s prosperity and/or grandeur.

Social Democratic Party created a website called www.helpline-blocher.org for students whose Erasmus⁹⁶ stay was compromised by the referendum's approval. The helpline had been created in reaction to a sentence coined by Christoph Blocher: "If one student has problems, let him write to me! I'll help him". The SVP's leader responded to criticism from researchers and university students who complained about the disastrous impact of the "mass immigration" initiative on Switzerland's participation in European exchange and research programmes.

Other initiatives of this kind flourished on the web. A website created by the graphic designer Julien de Preux (www.theotherhalf.ch) encouraged people to post their creations on the site's Facebook page and stated: "We are the other half. The 49.7 percent who [...] wish [Switzerland] to be known for its openness, generosity and creativity. [...] The people who hurt our country are not foreigners. Instead they are the half of the Swiss population who wrote a dark page into our history books in 2014 [...]. Creatives and thinkers, bring your support [...]! Let's show them that we, the other half, are not this kind of Switzerland. That we are a multicultural, mixed, economically open, curious and cohesive country" (Anonyme 2014d). A few days after the 9th February, dozens of pictures were posted on the website. Predominantly using stereotypical symbols of Switzerland, the images suggested the idea of a divided country. One picture [Figure 117, p.243] (Anonyme 2014b) shows a "cuckoo clock", the Swiss traditional clock, in a birdcage; but only half of the cage is shown in the image. Referring to an important element of the Helvetic artisanal tradition, the image denounces the enclosure in which the country has been placed by half of its population.

Another picture [Figure 118, p.243] shows a wash-basin in which a red liquid, with a white cross in the centre, in the shape of Switzerland, begins to disperse into the drain. The message is quite clear. With the acceptance of the 9th February, Swiss identity is starting to fade away and will end 'in the gutter'. A last example of this series of creations shows a Swiss flag; more or less dark-skinned hands holding tools (a ladle, a pencil, a wrench and a stethoscope) are at the end of each of the four arms of the white cross. This image which underlines the diversity of foreign workers living in the country is topped with the slogan "Without foreign workforce, Swiss economy would not work".

The website www.ohnedich.ch, also established just after the outcome of the 9th February, encouraged the Swiss to "propagate good mood and friendship to foreigners. Demonstrate, with your contribution, that Switzerland is far more than a negative headline. Tell a foreigner

⁹⁶ Erasmus, the *European Action Scheme for the Mobility of University Students*, is a European exchange programme which encourages the mobility of students between universities and universities of applied sciences in the EU- member-countries.

living in the country how much you appreciate him and that life without him would be ...” (Anonyme 2014a). The German-speaking website thus works on the same principle as its French-speaking counterpart: civic participation and personal involvement. Here again, only a few days after the approval of the referendum, hundreds of people had posted pictures of themselves with friends on the website. Among these many pictures, a Mexican-Swiss or an Italo-Swiss couple, Swiss and European industry workers and a Swiss man with his German girlfriend pose in front of the camera [Figure 119, p.243 et Figure 120, p.243] (Anonyme 2014c). Each of these “selfies” is accompanied by a slogan which always begins with “Without you ...” and is then completed by the people (“... we would not be us”, “... it’s not fun being tall”, “... the others lag behind”, etc.). The principle is very simple and works on the reality experienced daily by many Swiss citizens.

Both initiatives are characterised by the fact that they do not come from traditional political stakeholders, but from the initiative of ordinary citizens who want to express their dissatisfaction with the current political climate. If this new kind of civic participation has been made possible by the development of social networks and communication technologies, it nevertheless represents the citizens’ will to take a public stand against the SVP’s stranglehold on the politicisation of immigration in Switzerland. The website “we are the other half” chose to use a creative lens on this problem and encouraged the reflection on conceptual aspects of the national identity, whereas ohnedich.ch emphasises the social reality of a multicultural country and the importance of foreigners in the everyday life of thousands of Swiss people.

8.5 THE DIFFICULTY TO COUNTER A STRONG AND WELL-ESTABLISHED ANTI-IMMIGRATION DISCOURSE

This chapter demonstrates the variety of the attempts made by a wide range of stakeholders to convey a positive image of immigration in the country. Since the early 1970’s, left-wing parties, trade unions, ad-hoc committees, immigrants’ associations or individual citizens have publicly taken position to highlight the crucial role of foreigners in the economic, social and cultural wealth of Switzerland. If the statement “Let us have no illusions: there will never be a boom for migrants’ concerns. Therefore, it is useless to wait for better times”, published on the Secondas-plus website, may seem rather cynical, the observation is not so different from the conclusion that can be reached from this analysis.

The positive depiction of foreigners often appears to miss its purpose and to be less effective than the negative representation of immigrants. Several points are useful for understanding the failure of this counter-discourse. Pro-immigration stakeholders often limit themselves to

standing against xenophobic proposals, formulated by right-wing populists; and they struggle to impose their own political agendas. When they communicate, they also tend to use a visual rhetoric similar to that of the right-wing populists'. As many posters show, the defenders of a multicultural Switzerland exploit the same symbols and stereotyped features to depict otherness and 'swissness' as the partisans of closed borders. This can partly be explained by the fact that images necessarily involve an essentialisation of discourse, hence the use of immediately recognisable symbols. But nevertheless, left-wing parties, trade unions and Secondos' associations still lack a distinctive visual vocabulary. The stereotypes, iconic symbols and figures used to depict foreigners are almost always the same, irrespective of the ideological position on immigration. Experiencing difficulties in designing a non-culturalist representation of immigrants, the advocates of foreigners' integration in the country sometimes decide to simply not represent them on the posters explicitly. Their presence is then 'immaterial' and the message is therefore essentially based on the negative implications the absence of foreigners would have for the country.

The weakness of pro-immigration political communication is largely due to the permanence of the anti-immigration movement in Switzerland. Since the middle of the 1960's, the promoters of exclusionist migration policies have almost always been present in the national political arena. And today, the movement is essentially represented by a well-organised party with powerful means and resources, the SVP. The bearers of the positive impact of immigration on the country are more divided, not permanently present in the Swiss political landscape and have much less financial means. Despite the effort made by these political and civic actors, the development of a positive visual communication on foreigners, of a real anti-'migratory peril aesthetics' is still in its early stages.

8.6 BIBLIOGRAPHY

- (Ligornetto), Medienbüro Selezione. 2004. Made in Switzerland : ID Swiss: Erleichterte Einbürgerung 2xJa. In - *(document made available by the editor)*. Bern : Schweizerischer Gewerkschaftsbund.
- (Luzern), Edgar Küng AG. 1974. Wenn die Pyramide fällt, fällst auch Du!, Überfremdungsinitiative 3, nein. In - *(Genève BGE)*. Zürich : Schweizerisches Aktionskomitee gegen die Ausweisung von 500 000 Ausländern.
- Amossy, Ruth. 1991. *Les idées reçues : sémiologie du stéréotype* Paris: Nathan.
- Anonyme. 1970. Travailleurs suisses et étrangers - un seul combat contre Schwarzenbach et la bourgeoisie suisse. - (S.l.): Ligue marxiste révolutionnaire, LMR, CH
- Anonyme. 1987. Asylgesetzrevision, Ausländergesetzrevision, Nein, 4./5. April 1987. In - *(Bibliothèque nationale suisse / BN, Berne)*. Bern ; Referendumskomitee gegen die Aushöhlung des Asylrechts und die Verschärfung des Ausländergesetzes.
- Anonyme. 1988a. Ils bâtissent pour vous. Vous voterez pour eux: Oui aux 40 heures! Non à l'Action Nationale! Oui à l'initiative ville-campagne! In - *(Genève BGE)*. FOBB: Syndicat du bâtiment et du bois.
- Anonyme. 1988b. Que ferions-nous sans eux? Initiative pour la limitation de l'immigration. Non 2-4 décembre. In - *(Genève BGE)*.

- Anonyme. 2004a. Ja zum neuen Bürgerrecht, Integrieren und einbürgern, was einheimisch ist, Bürgerliches Komitee für die faire Einbürgerung der zweiten und dritten Generation. In - (*Swiss National Library / SNL*). Bern: CVP.
- Anonyme. 2004b. Sagen Sie ja statt jö, Am 26. September 2x zur erleichterten Einbürgerung, Eine Stimme für die SP. In - (*Plakatsammlung der Schule für Gestaltung Basel*). Parti Socialiste.
- Anonyme. 2012. Un kosovar fait rêver la Suisse. In - (*document made available by the editor*): Unia.
- Anonyme. 2014a. "de quoi il s'agit " Accessed 09.08. <http://www.ohnedich.ch/fr/content/de-quoi-il-sagit-o>.
- Anonyme. 2014b. No title. In - (www.theotherhalf.ch).
- Anonyme. 2014c. Ohne dich ... In - (ohnedich.ch).
- Anonyme. 2014d. "theotherhalf.ch." Accessed 08.07. <http://www.theotherhalf.ch/home.html>.
- 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. In - (*Genève BGE*). [S.l.] : Parti radical suisse.
- Ball, Susan, and Chris Gilligan. 2010. "Visualising Migration and Social Division: Insights From Social Sciences and the Visual Arts." *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research* 11 (2).
- Barthes, Roland. 1957. *Mythologies*. Paris: Ed. du Seuil.
- Berger, Peter Ludwig, Thomas Luckmann, and Pierre Taminiaux, eds. [1966] 1986. *La construction sociale de la réalité, Sociétés*. Paris: Méridiens Klincksieck.
- Cesar Sommer, Basel. 2004. Erleichtere Einbürgerung 2xJA- Eidg-Volksabstimmung 26. Sept. In - (*Plakatsammlung der Schule für Gestaltung Basel*). IG Secondas, Zürich.
- Christen, Albin. 1999. Démantèlement du droit d'asile: 2 x Non le 13 juin, Droit et sécurité aussi pour les réfugiés. In - (*Genève BGE*). [S.l.] : Comité contre le démantèlement du droit d'asile.
- Duez, Denis. 2005. "Immigration clandestine et sécurité dans l'Union Européenne : la sécurité intérieure européenne à l'épreuve des théories de Michel Foucault ?" In *Michel Foucault et le contrôle social*, edited by Alain Beaulieu, 3-33. Québec: Presses de l'Université Laval.
- Eddy, Melissa. 2014. "Swiss Voters Narrowly Approve Curbs on Immigration." Accessed 28.06.2014. <http://www.nytimes.com/2014/02/10/world/europe/swiss-voters-narrowly-approve-curbs-on-immigration.html?hp&r=1>.
- Exem. 1988. Non à l'initiative xénophobe 4 décembre 88. In - (*Genève BGE*). Genève: Comité unitaire contre la xénophobie.
- Exem. 2000. Votiez non à l'initiative xénophobe des "18%", non au seuil d'intolérance, 24 septembre 2000 In - (*Genève BGE*). Genève : Comité unitaire contre l'initiative xénophobe [etc.].
- Foulkes, Imogen. 2014. "Swiss immigration: 50.3% back quotas, final results show." Accessed 28.06.2014. <http://www.bbc.com/news/world-europe-26108597>.
- Garufo, Francesco, and Christelle Maire. 2013. *L'étranger à l'affiche*. Neuchâtel: Ed. Alphil.
- Grillo, Ralph. 2005. "Title." Working Paper ; No. 14, Oxford: University of Oxford. Center on Migration, Policy and Society COMPAS.
- Haver, Gianni, and Mix & Remix. 2014. *Swissness in a Nutshell*: Bergli Books.
- Lynn, Nick, and Susan Lea. 2003. "'A Phantom Menace and the New Apartheid': The Social Construction of Asylum-Seekers in the United Kingdom." *Discourse & Society* 14 (4):425-452.
- Maire, Christelle. 2016 [forthcoming]. "Visualizing Migration as a Threat: A New Migratory Peril Aesthetics in Switzerland." In *The Far Right and Visual Politics*, edited by Fabian Virchow. Wiesbaden: Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mitchell, W.J.T. 1994. *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago: University of Chicago Press.
- Piatti, Celestino. 1970a. Überfremdungsinitiative, nein. In - (*Swiss National Library / SNL*). [S.l.] : Schweiz. Aktionskomitee gegen die Überfremdungs-Initiative.
- Piatti, Celestino. 1970b. Wir brauchen diese Menschen... und sie brauchen uns. In - (*Plakatsammlung der Schule für Gestaltung Basel*). Karl Schwegler AG, Zürich.
- Riggins, Stephen Harold, ed. 1997. *The Language and Politics of Exclusion. Others in discours*. Thousand Oaks; London; New Delhi: Sage Publications.
- Schnapp, Jeffrey T. 2005. *Revolutionary tides : the art of the political poster 1914-1989* Milano; Stanford, Calif: Skira; Irish & B. Gerald
- Schwelling, Birgit, ed. 2004. *Politikwissenschaft als Kulturwissenschaft: Theorien, Methoden, Problemstellungen*. Wiesbaden VS, Verl. für Sozialwiss.
- Skenderovic, Damir, ed. 2005. *The radical right in Switzerland : postwar continuity and recent transformations : a study of politics, ideology, and organizations*. Fribourg Switzerland: Cric print.

- 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_could_the_country_s_multicultural_soccer_team_make_the.html.
- Wälti, R. 2000. Notre prospérité s'est construite avec les étrangers, Non à l'initiative "anti-Suisse" des 18%. In -
 (Genève BGE). Genève : Les jeunes libéraux.
- Wessendorf, Susanne. 2005. "Title." Working Paper No. 15, University of Oxford.
- Wessendorf, Susanne. 2008. "Culturalist discourses on inclusion and exclusion: the Swiss citizenship debate."
Social Anthropology 16 (2):187-202.
- Wodak, Ruth. 2013. "Dis-Citizenship and Migration : A Critical Discourse-Analytical Perspective." *Journal of Language, Identity and Education* 12 (3):173-178.

9 CONCLUSION

Ce travail de thèse avait pour but de retracer le processus de construction de l'image des étrangers dans le paysage politique helvétique 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 cet ouvrage, il s'est finalement avéré que ce programme comportait des ramifications et des implications que nous étions loin d'avoir soupçonnées. Etablir une analyse des discours visuels sur l'immigration implique de jouer sur un nombre important de registres. Parcourir plus de soixante ans de l'histoire politique suisse nécessite obligatoirement 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 ne fait sens que s'ils sont placés dans une compréhension sociale et politique globale. Ce projet s'est donc avéré devoir dépasser les clivages méthodologiques et théoriques habituels et poursuivre, dans la lignée des travaux de Mitchell, une pratique dé-disciplinaire.

La mise en place de cette pratique et la compréhension de ces différentes imbrications ont nécessité du temps, de la sueur et de nombreuses phases de doutes et d'incompréhensions. Le choix⁹⁷ de réaliser ce travail sous la forme d'une thèse par articles laisse ainsi transparaître le processus de maturation, de décantation qu'a nécessité le déploiement de cette nouvelle perspective de recherche. Les textes rédigés le plus antérieurement dans l'ordre chronologique souffrent ainsi certainement de lacunes dans cette compréhension, lacunes qui devraient, en toute logique, s'estomper dans les écrits plus récents. Malgré ces quelques bémols, les trois publications composant le corps de cette thèse de doctorat nous ont cependant permis d'aborder un large éventail des périodes et thématiques couvertes par notre corpus.

Le chapitre 6 accorde ainsi une attention particulière à une figure emblématique de l'histoire migratoire suisse, celle de l'immigré italien. En retraçant le parcours et l'évolution de l'image

⁹⁷ Il faut ici cependant également préciser que le choix de soutenir cette thèse par article s'est avant tout fait comme un choix « de raison ». Les impératifs liés au calendrier d'une telle recherche sont parfois difficiles à concilier avec la réalité et les contraintes privées. Il peut ainsi sembler dommage après une mise en perspective aussi vaste de compléter ce texte de 180 pages par une « petite série » de trois articles à la qualité inégale. Cette option était cependant la seule permettant de défendre ce travail dans les délais impartis, tout en garantissant d'aborder un large éventail de thématiques et de périodes. Si cette recherche devait donner lieu à une publication chez un éditeur scientifique, il serait cependant judicieux de retravailler ces trois chapitres en fonction des nouvelles compétences développées dans les cinq premiers chapitres.

d'une population étrangère présente de longue date et extrêmement répandue en Suisse⁹⁸, cette 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 symbole absolu de l'altérité et une menace 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 ségrégée, devient ainsi, avec le temps, l'emblème d'une population étrangère comprise comme faisant partie intégrante du narratif et de l'identité nationale et passe du statut de bouc émissaire à celui de faire-valoir. Lorsqu'en 2004, l'idée d'un assouplissement des conditions d'accès à la citoyenneté pour les étrangers de deuxième et troisième générations – 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 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.

Les chapitres 7 et 8 mettent, quant à eux, l'accent 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.

Le chapitre 7 se consacre principalement à l'analyse de l'émergence de nouvelles figures de la menace dans les discours visuels sur l'immigration et de 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 vers un durcissement de la rhétorique anti-immigration en Suisse ainsi que la diffusion de plus en plus répandue de ces idées.

⁹⁸ Les Italiens constituent aujourd'hui encore la population issue de la migration la plus importante en Suisse. A eux-seuls, ceux-ci représentent effectivement 15,3% de la population étrangère résidente permanente avec 287'100 résidents. A ce chiffre s'ajoute évidemment un nombre important d'immigrés ayant obtenu la nationalité helvétique et de personnes suisses ayant des ascendants d'origine italienne.

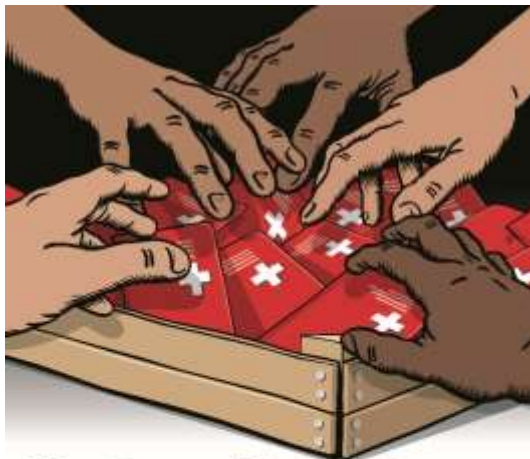
A l'inverse, le chapitre 8 se focalise, quant à lui, sur les types de représentations mises en place dans une stratégie discursive de défense des étrangers et de leur apport au sein de leur société d'accueil. Il dépeint une vision inclusive de l'identité nationale au sein de laquelle la migration est partie intégrante de la réalité sociale du pays et la xénophobie perçue comme une menace pour le destin de la nation. Cette contribution 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 trois articles, dont deux sont en phase de publication des ouvrages collectifs à comité de lecture, 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 ce chapitre.

9.1 LA PRODUCTION SOCIALE DU PÉRIL MIGRATOIRE

Notre 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 celui-ci 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 constitue 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.



Naturalisations en masse?

UDC

2xNON
aux projets de naturalisation

Figure 121 - Naturalisations en masse ? 2xNon aux projets de naturalisation (Goal AG Werbung, 2004)



Figure 122 - Staaten mit eingeschränkter religionsfreiheit: Soweit darf es nicht kommen! Ja zur Religionsfreiheit. Nein zur Minarettverbots-Initiative (Inconnu, 2009)

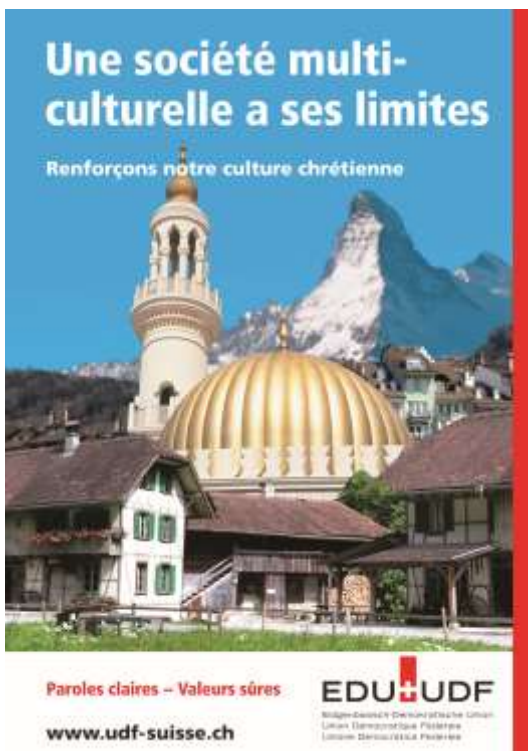


Figure 123 - Une société multiculturelle a ses limites Renforçons notre culture chrétienne Paroles claires - Valeurs sûres (Inconnu, 2007)

L'affiche est ainsi un lieu au sein duquel le social et le politique se réactualisent, se remettent en jeu, 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 desquels 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 [Figure 104, p.228 ; Figure 105, p.236 ; Figure 106, p.236 et Figure 107, p.236]. De l'autre, les opposants à ces révisions de loi sur la nationalité construisent le symbole d'une identité sacrifiée et mise en danger par des étrangers menaçants [Figure 96, p.210 et Figure 121, p.254].

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 le danger d'un glissement du pays vers une dérive totalitaire [Figure 122, p.254], alors que pour les initiants, le minaret est constitué comme emblème absolu de l'altérité et d'opposition totale au narratif national [Figure 5, p.6 et Figure 123, p.254]. L'affiche de l'UDF datant de 2007 illustre d'ailleurs parfaitement le concept de bricolage identitaire, puisqu'elle présente un photomontage, sorte de patchwork d'éléments compris comme symboles 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 culturels 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 que le prolongement d'une tradition de la visualisation de l'étranger en tant que menace. Au cours des deux derniers siècles, on ne peut effectivement que constater que 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 de 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 60 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, les Italiens ont été remplacés par les ressortissants de pays de l'ex-Yougoslavie, de l'Afrique sub-saharienne ou les individus de confession musulmane. Les narratifs visuels et discursifs restent les mêmes, seuls les protagonistes changent.

Les appels à la peur, la criminalisation sont 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.

9.2 UNE CONJONCTURE DOUBLEMENT FAVORABLE

Ces figures de l'étranger comme menace ont ainsi toujours été constitutive du discours nationaliste en Suisse et ailleurs. Les représentations convoquées correspondent souvent 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 s'avère 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 redeviennent des thèmes majeurs de la politique. Devant le déclin continu de l'idée de nation 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'ethnisation des nationalismes et le renforcement des forces idéologiques nationales sécuritaires s'imposent à mesure que les courants humanistes et asilaires 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'armaillole 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 certaine 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 dix 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.

9.3 LES STÉRÉOTYPES : FIGURES IMPOSÉES DE LA COMMUNICATION POLITIQUE ?

La construction d'une image politique capable de fédérer les citoyens autour d'un programme, 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 implique le respect de certaines règles bien établies et impose 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 facilitent 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, sans égard à 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 vocabulaire 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* du Mudde (2004) 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 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 ne se modifiera et que les représentations majoritaires s'atténueront. Les contextes politiques, culturels et sociaux actuels sont effectivement propices à l'entretien de telles figures et à leur dissémination. La Suisse calme et consensuelle telle qu'elle souvent perçue s'avère ainsi se montrer sous son côté sombre, conflictuel et violent, terreau propice à une imagerie de l'altérité d'une violence symbolique extrême.

10 BIBLIOGRAPHIE

- (Ligornetto), Medienbüro Selezione. 2004. Made in Switzerland : ID Swiss: Erleichterte Einbürgerung 2xJa. In - (*document made available by the editor*). Bern : Schweizerischer Gewerkschaftsbund.
- (Luzern), Edgar Küng AG. 1974. Wenn die Pyramide fällt, fällst auch Du!, Überfremdungsinitiative 3, nein. In - (*Genève BGE*). Zürich : Schweizerisches Aktionskomitee gegen die Ausweisung von 500000 Ausländern.
- Achermann, Alberto, Christin Achermann, Gianni D'Amato, Martina Kamm, and Barabara Von Rütte. 2010. Report on Switzerland. In *Eudo Citizenship Observatory*. Badia Fiesolana: European University Institute.
- Altermatt, Urs. 1980/81. "Xenophobie und Superpatriotismus : die populistische Anti-Überfremdungsbewegung in der Schweiz der sechziger und siebziger Jahre." *Jahrbuch für Zeitgeschichte*:167-193.
- Amossy, Ruth. 1991. *Les idées reçues : sémiologie du stéréotype* Paris: Nathan.
- Anderson, Benedict. 1991. *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.
- Anonyme. 1970. Travailleurs suisses et étrangers - un seul combat contre Schwarzenbach et la bourgeoisie suisse. - (S.I.): Ligue marxiste révolutionnaire, LMR, CH
- Anonyme. 1987. Asylgesetzrevision, Ausländergesetzrevision, Nein, 4./5. April 1987. In - (*Bibliothèque nationale suisse / BN, Berne*). Bern ; Referendumskomitee gegen die Aushöhlung des Asylrechts und die Verschärfung des Ausländergesetzes.
- Anonyme. 1988a. Ils bâtissent pour vous. Vous voterez pour eux: Oui aux 40heures!Non à l'Action Nationale!Oui à l'initiative ville-campagne! In - (*Genève BGE*). FOBB:Syndicat du bâtiment et du bois.
- Anonyme. 1988b. Que ferions-nous sans eux? Initiative pour la limitation de l'immigration. Non 2-4 décembre. In - (*Genève BGE*).
- Anonyme. 2004a. Ja zum neuen Bürgerrecht, Integrieren und einbürgern, was einheimisch ist, Bürgerliches Komitee für die faire Einbürgerung der zweiten und dritten Generation. In - (*Swiss National Library / SNL*). Bern: CVP.
- Anonyme. 2004b. Sagen Sie ja statt jö, Am 26. September 2x zur erleichterten Einbürgerung, Eine Stimme für die SP. In - (*Plakatsammlung der Schule für Gestaltung Basel*). Parti Socialiste.
- Anonyme. 2012. Un kosovar fait rêver la Suisse. In - (*document made available by the editor*): Unia.
- Anonyme. 2014a. "de quoi il s'agit ", accessed 09.08. <http://www.ohnedich.ch/fr/content/de-quoi-il-sagit-o>.
- Anonyme. 2014b. No title. In - (www.theotherhalf.ch).
- Anonyme. 2014c. Ohne dich ... In - ([ohnedich.ch](http://www.ohnedich.ch)).
- Anonyme. 2014d. "theotherhalf.ch." accessed 08.07. <http://www.theotherhalf.ch/home.html>.
- Arlettaz, Gérald. 2004. *La Suisse et les étrangers*. Lausanne: Antipodes.
- Arlettaz, Silvia, and Gérald Arlettaz. 1998. "Les initiatives populaires liées à l'immigration et à la présence étrangères." In *La Constitution fédérale en chantier : commentaires et inventaires des sources de l'histoire de la Constitution fédérale 1848-1998*, edited by Silvia Arlettaz, 89-140. Bern: Schweizerisches Bundesarchiv.
- Arnold, Judith. 2007. Das Schweizer Abstimmungsplakat. Quantitative Inhaltsanalyse eidgenössischer Abstimmungsplakate von 1891 bis 1990
- Aron, Raymond. 1978. "L'idéologie." *Revue Européenne Des Sciences Sociales* 16 (43):35-45.
- 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. In - (*Genève BGE*). [S.I.] : Parti radical suisse.
- Aulich, James, and 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 *Selbstbilder und Fremdbilder: Repäsentation sozialer Ordnungen im Wandel*, edited by Jörg Baberowski, Hartmut Kaelble and Jürgen Schriewer, 9-13. Frankfurt: Campus Verlag.
- 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* (13):24-30.
- Ball, Susan, and Chris Gilligan. 2010. "Visualising Migration and Social Division: Insights From Social Sciences and the Visual Arts." *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research* 11(2).
- Barthes, Roland. 1957. *Mythologies*. Paris: Ed. du Seuil.
- Barthes, Roland. 1964. "Rhétorique de l'image." *Communication* (4):40-51.
- Berezin, Mabel. 1997. "Politics and Culture: A Less Fissured Terrain." *Annual Review of Sociology* 23:361-383.

- Berger, Peter Ludwig, Thomas Luckmann, and Pierre Taminiaux, eds. [1966] 1986. *La construction sociale de la réalité, Sociétés*. Paris: Méridiens Klincksieck.
- Böhme, Gernot. 1999. "Theorie des Bildes."
- Bonnell, Victoria E. 1999. *Iconography of power : Soviet political posters under Lenin and Stalin*. Berkeley: University of California Press.
- Boutaud, Jean-Jacques. 1998. *Sémiotique et communication : du signe au sens, Champs visuels*. Paris [etc.]: L'Harmattan.
- Bowler, Anne. 1991. "Politics as Art: Italian Futurism and Fascism." *Theory and Society* 20 (6):763-794.
- Brunet, François. 2005. "Théorie et politique des images: W.J.T Mitchell et les études de visual culture." *Etudes anglaises* 1 (58):82-93.
- Buomberger, Thomas. 2004. *Kampf gegen unerwünschte Fremde : von James Schwarzenbach bis Christoph Blocher*. Zürich: O. Füssli.
- Burer, Catherine. 1990. "L'avenir dans les affiches suisses (1919-1939)." *Matériaux pour l'histoire de notre temps* 21 (1):70-74.
- Burke, Peter. 2001. *Eyewitnessing : the uses of images as historical evidence., Picturing history* London: Reaktion Books.
- Buton, Philippe. 2006. Affiche politique. In *Dictionnaire mondial des images*, edited by Laurent Gervereau. Paris: Nouveau Monde.
- Capt, Vincent. 2010. "Stratégies communicatives du discours nationaliste dans le genre de l'affiche politique (un cas helvétique)." In *Le Discours du nationalisme en Europe*, edited by Thillooy Komur and Agnès Celle, 275-288. Paris: L'Improviste
- Capt, Vincent, Jérôme Jacquin, and Stéphanie Pahud. 2010. "La Figure de l'étranger dans les discours d'un parti politique suisse nationaliste : modes de désignation, traits stéréotypiques et émotions visées." *Textes & Contextes* (n° spécial).
- Castelnuovo-Frigessi, Delia, Lorette Coen, Gérard Delaloye, and Jean sociologue Ziegler, eds. 1978. *La condition immigrée : les ouvriers italiens en Suisse, La parole au peuple*. Lausanne: Ed. d'En bas.
- Cesar Sommer, Basel. 2004. Erleichtere Einbürgerung 2xJA- Eidg-Volksabstimmung 26. Sept. In - (*Plakatsammlung der Schule für Gestaltung Basel*). IG Secondas, Zürich.
- Champagne, Patrick. 1991. "La construction médiatique des "malaises sociaux"." *Actes de la recherche en sciences sociales*:64-76.
- Charlot, Monica. 1970. *La persuasion politique* Paris: A. Colin.
- Chateau, Dominique, ed. 1997. *Le bouclier d'Achille : théorie de l'iconicité, Champs visuels*. Paris Montréal: L'Harmattan.
- Christen, Albin. 1999. Démantèlement du droit d'asile: 2 x Non le 13 juin, Droit et sécurité aussi pour les réfugiés. In - (*Genève BGE*). [S.l.] : Comité contre le démantèlement du droit d'asile.
- Clavien, Alain, ed. 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 *Dictionnaire mondial des images*, edited by Laurent Gervereau. Paris: Nouveau Monde.
- D'Amato, Gianni. 2011. "The case of Switzerland." In *Migration Policymaking in Europe The Dynamics of Actors and Contexts in Past and Present*, edited by Giovanna Zincone, Rinus Penninx and Maren Borkert, 165-. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- 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 *Michel Foucault et le contrôle social*, edited by Alain Beaulieu, 3-33. Québec: Presses de l'Université Laval.
- Duez, Denis, ed. 2008. *L'Union européenne et l'immigration clandestine : de la sécurité intérieure à la construction de la communauté politique, Etudes européennes*. Bruxelles: Ed. de l'Université de Bruxelles.
- Ebel, Marianne, and Pierre Fiala. 1983. *Sous le consensus, la xénophobie : paroles, arguments, contextes : (1961-1981)*. Lausanne: Institut de science politique.
- Eco, Umberto, and Uccio Esposito-Torrigiani, eds. 1972. *La structure absente : introduction à la recherche sémiotique*. Paris: Mercure de France.

- Eddy, Melissa. 2014. "Swiss Voters Narrowly Approve Curbs on Immigration." accessed 28.06.2014. <http://www.nytimes.com/2014/02/10/world/europe/swiss-voters-narrowly-approve-curbs-on-immigration.html?hp&r=1>.
- Edelman, Jacob. 1995. "From art to politics."
- Elkins, James. 2003. *Visual Studies A Skeptical Introduction*. London ; New York: Routledge.
- Ellul, Jacques 1961 [1990]. *Propagandes, Classiques des sciences sociales*. Paris: Economica.
- Enel, Françoise. 1971. *L’Affiche : fonctions, langage, rhétorique*. Tours: Mame.
- Exem. 1988. Non à l'initiative xénophobe 4 décembre 88. In - (*Genève BGE*). Genève: Comité unitaire contre la xénophobie.
- Exem. 2000. Votez non à l'initiative xénophobe des "18%", non au seuil d'intolérance, 24 septembre 2000 In - (*Genève BGE*). Genève : Comité unitaire contre l'initiative xénophobe [etc.].
- Farrell, David M., ed. 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* 8 (1).
- Flacke, Monika, and Deutsches Historisches Museum, eds. 2004. *Mythen der Nationen : 1945 - Arena der Erinnerungen* Mainz am Rhein Verlag Philipp von Zabern.
- Fleckner, Uwe, Martin Warnke, and Hendrik Ziegler, eds. 2011. *Handbuch der politischen Ikonographie*. München: C.H. Beck.
- Forchtner, Bernhard , Michal Krzyzanowski, and Ruth Wodak. 2013. "Mediatization, right-wing populism and political campaigning." In *Media Talk and Political Elections in Europe and America*, edited by Andrew Tolson and Mats Ekström, 205-228. Basingstoke [etc.]: Palgrave/MacMillan.
- Foucault, Michel, ed. 1975. *Surveiller et punir : naissance de la prison, Bibliothèque des histoires*. Paris: Gallimard.
- Foulkes, Imogen. 2014. "Swiss immigration: 50.3% back quotas, final results show." accessed 28.06.2014. <http://www.bbc.com/news/world-europe-26108597>.
- Fresnault-Deruelle, Pierre. 1997. *L'image placardée : pragmatique et rhétorique de l'affiche*. Paris: Nathan.
- Garufi, Francesco, and Christelle Maire. 2013. *L'étranger à l'affiche*. Neuchâtel: Ed. Alphil.
- Geertz, Clifford, ed. 1973. *The interpretation of cultures : selected essays*. New York: Basic Books.
- Gervereau, Laurent. 2006. Dictionnaire mondial des images. In *Paris*, edited by Nouveau Monde.
- Gilland Lutz, Karin, and Lionel Marquis. 2006. "Campagning in a Direct Democracy : Three Case Studies." *Swiss Political Science Review* 12 (3):63-81.
- Gingrich, André, and Marcus Banks, eds. 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. Syros-Alternatives*. 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 / E. H. Gombrich ; trad. de l'angl. par Guy Durand*. 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.
- Graf, Catherine. 2004. "Origine, utilisation et dépassement des stéréotypes: le cas des dessins de pressin en Suisse romande." In *Stéréotypes et clichés: actes du colloque 27-28 novembre 2002, Clermont-Ferrand*, edited by Marie-Christine Baquès, 47-50. IUMF d'Auvergne/ DRAC/ CRDP d'Auvergne: Presses universitaires Blaise-Pascal.
- Grillo, Ralph. 2005. "Title." Working Paper ; No. 14, Oxford: University of Oxford. Center on Migration, Policy and Society COMPAS.
- Guillemin, Alain, and Luciole. 1991. *La politique s'affiche*. Paris; Aix-en-Provence: Didier Erudition; Presses de l'Université.
- Gunthert, André 2001. "L'ordre des images. Culture visuelle et propagande en Allemagne nazie." *Vingtième Siècle. Revue d'histoire* 72 (1):53-62.
- Hall, Stuart, ed. 1997a. *Representation: cultural representations and signifying practices*. London: Sage Publications.

- Hall, Stuart. 1997b. "The spectacle of the "other"." In *Representation : cultural representations and signifying practices*, edited by Stuart Hall. London [etc.] ; Milton Keynes: Sage; The Open University.
- Hall, Stuart, and Juha Koivisto, eds. 2004. *Ideologie, Identität, Repräsentation, Ausgewählte Schriften / Stuart Hall 4*. Hamburg: Argument Verl.
- Halter, Ernst, ed. 2003. *Der Jahrhundert der Italiener in der Schweiz*. Zürich: Offizin Verlag.
- Haver, Gianni, and Mix & Remix. 2014. *Swissness in a Nutshell*: Bergli Books.
- Hess, Stefan. 2013. "Italienerkrawall." Dictionnaire historique de la Suisse. <http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/f/F16531.php>.
- Hobsbawn, Eric, ed. 2006. *L'invention de la tradition*. Paris: Ed. Amsterdam.
- Hofmann, Wilhelm. 2004. "Die politische Kultur des Auges. Der *pictorial turn* als Aspekt des *cultural turn* in der Politikwissenschaft." In *Politikwissenschaft als Kulturwissenschaft*, edited by Birgit Schwellung, 309-344. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hunt, Lynn, and Aletta Biersack. 1989. "The New Cultural History."
- Imboden, Max. 1964. *Helvetisches Malaise*. Zürich: EVZ-Verlag.
- Kamps, Johannes. 1999. *Plakat, Grundlagen der Medienkommunikation ; Bd. 5* Tübingen: Niemeyer.
- Kofler, Andrea Ch., and Lilian Fankhauser. 2009. Femmes en migration. L'image des migrantes dans la perception de l'opinion publique et de la politique, ainsi que dans la recherche actuelle. Commission fédérale pour les questions de migration CFM (Documentation sur la politique de migration).
- Komur, Thillo, and Agnès Celle, eds. 2010. *Le discours du nationalisme en Europe / études réunies par Greta Komur-Thillo... et al.* Paris Ed. L'Improviste.
- Kress, Gunther, and Theo van Leeuwen. 2006. *Reading images : the grammar of visual design*. 2nd ed ed. London [etc.]: Routledge.
- Kury, Patrick. 2008. "Der Überfremdungsdiskurs im 20. Jahrhundert. Auf der Suche nach dem "Fremden" und dem "Selbst" " *terra cognita* (13):24-27.
- Lafont-Couturier, Hélène. 2006. Immigré, migrant. Les représentations de l'immigrant. In *Dictionnaire mondial des images*, edited by Laurent Gervereau. Paris: Nouveau Monde.
- Lasserre, André. 1993. "La politique de l'asile en Suisse de 1933 à 1945."
- Lynn, Nick, and Susan Lea. 2003. "'A Phantom Menace and the New Apartheid': The Social Construction of Asylum-Seekers in the United Kingdom." *Discourse & Society* 14 (4):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* 14:13-27.
- Maire, Christelle. 2013. "Mise en image de l'altérité: les affiches politiques des votations sur l'immigration en Suisse." *FORUM* 8:109-111.
- Maire, Christelle. 2016 [forthcoming]. "Visualizing Migration as a Threat: A New Migratory Peril Aesthetics in Switzerland." In *The Far Right and Visual Politics*, edited by Fabian Virchow. Wiesbaden: Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Marchal, Guy P. 2006. *Schweizer Gebrauchsgeschichte : Geschichtsbilder, Mythenbildung und nationale Identität*. Basel: Schwabe.
- Marchal, Guy P., and Aram Mattioli, eds. 1992. *Erfundene Schweiz : Konstruktionen nationaler Identität = La Suisse imaginée : bricolages d'une identité nationale*. Zurich: Chronos.
- Marková, Ivana, ed. 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* 72 (1):27-40.
- Matard-Bonucci, Marie-Anne, ed. 2006a. *Antisémitisme*. Edited by Laurent Gervereau, *Dictionnaire mondial des images*. Paris: Nouveau Monde.
- Matard-Bonucci, Marie-Anne. 2006b. Xénophobie, racisme en Occident. In *Dictionnaire mondial des images*, edited by Laurent Gervereau. Paris: Nouveau Monde.
- Mattioli, Aram, ed. 1998. *Antisemitismus in der Schweiz, 1848 - 1960*. Zürich: O. Füssli.
- McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New-York: McGraw-Hill.
- Meylan, Jean, Philippe Maillard, and 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, and Andreas Gisler. 1999. "Überfremdung. Karriere und Diffusion eines fremdenfeindlichen Deutungsmusters." In *Vom kalten Krieg zur Kulturrevolution : Analyse von Medienereignissen in der*

- Schweiz der 50er und 60er Jahre*, edited by Kurt Imhof. Zürich: Seismo Verl. Sozialwissenschaften und Gesellschaftsfragen.
- Mitchell, W. J. T. 1994. *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mitchell, W. J. T. 2009. *Iconologie : image, texte, idéologie, Penser/croiser*. Paris: Les Prairies ordinaires.
- Mitchell, W. J. T. 2012. *Seeing Through Race, The W. E. B. Du Bois Lectures*. Cambridge; London: Harvard University Press.
- Moles, Abraham. 1970. "L'affiche dans la société urbaine."
- Morin, Edgar. 1969. *La rumeur d'Orléans*, coll. « L'histoire immédiate ». Paris: Seuil.
- Müller, Marion G. 2004. "Politologie und Ikonologie. Visuelle Interpretation als politologisches Verfahren." In *Politikwissenschaft als Kulturwissenschaft: Theorien, Methoden, Problemstellungen*, edited by Birgit Schwelling, 335-350. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Müller, Marion G., and Esra Özcan. 2007. "The Political Iconography of Muhammad Cartoons: Understanding Cultural Conflict and Political Action." *PS: Political Science & Politics* 40:287-291
- Newman, Bruce I. . 1999. *The mass marketing of politics : democracy in an age of manufactured images* London: SAGE Publ.
- Noiriel, Gérard. 2007. *A 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 / Shani Orgad*, Polity Press. Cambridge.
- Ory, Pascal, ed. 2004. *L'histoire culturelle, Que sais-je? 3713*. Paris: Presses universitaires de France.
- Palidda, Salvatore, ed. 2009. *Criminalisation and Victimisation of Migrants in Europe*: Università di Genova.
- Piatti, Celestino. 1970. Wir brauchen diese Menschen... und sie brauchen uns. In - (*Plakatsammlung der Schule für Gestaltung Basel*). Karl Schwegler AG, Zürich.
- Ramognino, Nicole. 1992. "Affiches politiques, co-construction, communication. Deux études récentes." *Hermès* (11-12):319-326.
- Reisigl, Martin, and Ruth Wodak. 2001. *Discourse and discrimination. Rhetoric of Racism and Antisemitism*. London and New York: Routledge.
- Reszler, André. 1986. *Mythes et identité de la Suisse* Genève: Georg.
- Riggins, Stephen Harold, ed. 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 *Dynamisierung und Umbau. Die Schweiz in den 60er und 70er Jahren*, edited by Mario König, Georg Kreis, Franziska Meister and Gaetano Romano, 143-159. Zürich: Chronos.
- Romano, Gaetano. 1999. "Vom Sonderfall zur Überfremdung : zur Erfolgsgeschichte gemeinschaftsideologischen Denkens im öffentlichen politischen Diskurs der späten fünfziger und der sechziger Jahre." In *Vom kalten Krieg zur Kulturrevolution : Analyse von Medienereignissen in der Schweiz der 50er und 60er Jahre*, edited by Kurt Imhof, Heinz Kleger and Gaetano Romano, 55-93. Zürich: Seismo.
- Rose, Gillian. 2003. *Visual methodologies : an introduction to the interpretation of visual materials*. London [etc.]: Sage Publ.
- Sanchez-Mazas, Margarita. 2004. *Racisme et xénophobie*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Sanchez-Mazas, Margarita, and Laurent Licata, eds. 2004. *L'Autre : Regards psychosociaux*: Presses Universitaires de Grenoble (PUG)
- Sarrasin, Oriane, Nicole Fasel, Eva G.T. Green, and Marc Helbling. 2015. "When sexual threat cues shape attitudes toward immigrants: the role of insecurity and benevolent sexism." *Frontiers in Psychology* 6 (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'* 4:351-363.
- Schultheis, Franz, Florian Elliker, Patricia Hodler, Arnaud Frauenfelder, and Felix Keller. 2008. "Schweizer, Fremde und Eingebürgerte. Diskurse zur Einbürgerungsinitiative." *Terra Cognita* 13:50-53.
- Schwelling, Birgit, ed. 2004. *Politikwissenschaft als Kulturwissenschaft: Theorien, Methoden, Problemstellungen*. Wiesbaden VS, Verl. für Sozialwiss.
- Scott, David. 2005. "La structure sémiotique de l'allégorie Analyse peircienne d'une icône nationale : Britannia." *Protée* 33 (printemps 2005):39-48.

- Seidel, Gill. 1984. "Le discours d'exclusion: les mises à distance, le non-droit." *Mots* 8 (mars 1984):5-16.
- Skenderovic, Damir. 2003. "Constructing boundaries in a multicultural nation : the discourse of "overforeignization" in Switzerland." In *European encounters : migrants, migration and European societies since 1945*, edited by Rainer Ohliger, Karen Schönwälder and Triadafilos Triadafilopoulos, 186-209. Aldershot [etc.]: Ashgate.
- Skenderovic, Damir, ed. 2005. *The radical right in Switzerland : postwar continuity and recent transformations : a study of politics, ideology, and organizations*. Fribourg Switzerland: Cric print.
- Skenderovic, Damir, and Gianni D'Amato, eds. 2008. *Mit dem Fremden politisieren : Rechtspopulistische Parteien und Migrationspolitik in der Schweiz seit den 1960er Jahren*. Zürich: Chronos.
- Steinauer, Jean, and Malik von Allmen. 2000. *Changer la baraque. Les immigrés dans les syndicats suisses 1945-2000*. Lausanne: Editions d'en bas.
- Steinauer, Jean, and Malik von Allmen. 2001. "1970-1980 : les syndicats entre xénophobie et solidarité." *Cahiers d'histoire du mouvement ouvrier* 17:77-86.
- Stiegler, Bernd. 2008. "« Iconic Turn » et réflexion sociétale." *Trivium* 1.
- Stråth, Bo. 2008. "Europe and the Other and Europe as the Other." In *Selbstbilder und Fremdbilder: Repäsentation 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):5-26.
- Tchakhotine, Serge. 1988. "Le symbolisme et la propagande politique [texte de 1939]." *Hermès* (2):190-211.
- Thalmann, Rolf, and Benjamin Herzog, eds. 2009. *So nicht! : umstrittene Plakate in der Schweiz 1883-2009*. Baden: Hier + Jetzt.
- Thompson, John B. . 1984. *Studies in the Theory of Ideology*: University of California Press.
- UDC, Union Démocratique du Centre. 2015. Jugement politique.
- 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/apercu/initiative-populaire-c2abpour-le-renvoi-effectif-des-etrangers-criminels-initiative-de-mise-en-c593uvrec2bb/de-quoi-sagit-il/>.
- Udris, Linards, Kurt Imhof, and 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*, edited by Marcel Alexander Niggli, 41-57. Baden-Baden: Nomos.
- Van Dijk, Teun A. 1997. "Political discourse and racism: Describing Others in Western parliaments." In *The language and politics of exclusion: Others in discourse*, edited by Stephen Harold Riggins. Thousand Oaks; London; New Delhi: Sage Publications.
- Van Leeuwen, Theo, and Ruth Wodak. 1999. "Legitimizing Immigration Control: A Discourse-Historical Analysis." *Discourse Studies* 1 (83):83-117.
- Vatter, Adrian. 2014. *Das politische System der Schweiz*. Baden-Baden: Nomos.
- Veron, Eliséo. 1978. "Sémiosis de l'image et du pouvoir." *Communications* 28:7-20.
- Veron, Eliséo. 1988. *La semiosis sociale : fragments d'une théorie de la discursivité* Paris: Presses universitaires de Vincennes.
- Walker, Daniel, Alain Thierstein, and Petra Betz, eds. 1999. *Mythen und Märchen in der Politik : vom Eigenleben politischer Annahmen*. Chur [etc.]: Rüegger.
- Wälti, R. 2000. Notre prospérité s'est construite avec les étrangers, Non à l'initiative "anti-Suisse" des 18%. In - (*Genève BGE*). Genève : Les jeunes libéraux.
- Weill, Alain. 1984. *L'affiche dans le monde*. Paris: A. Somogy.
- Weinberg Staber, Margit. 1993. "Poster Persuasion." *The Journal of Decorative and Propaganda Arts* 19:63-83.
- Welch, David. 2006. Propagande. In *Dictionnaire mondial des images*, edited by Laurent Gervereau. Paris: Nouveau Monde.
- Wessendorf, Susanne. 2005. "Title." Working Paper No. 15, University of Oxford.
- Wessendorf, Susanne. 2008. "Culturalist discourses on inclusion and exclusion: the Swiss citizenship debate." *Social Anthropology* 16 (2):187-202.
- Windisch, Uli. 2002. *Suisse-immigrés : quarante ans de débats 1960-2001*. Lausanne: L'Age d'homme.
- Wobmann, Karl, and Willy Rotzler, eds. 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):173-178.
- Wodak, Ruth, and Teun A. Van Dijk, eds. 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):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* (40):637-665.

11 TABLE DES ILLUSTRATIONS

Figure 1 - Pour plus de sécurité (Goal AG Werbung, 2007).....	5
Figure 2 - Sozial geht nur national ! (Inconnu, 2008).....	5
Figure 3 - Imigração ? Nós dizemos não! (Inconnu, 2008).....	5
Figure 4 - Congres Nederland, Denemarken, Zwitserland, Italië ... Kordaat immigratie-beleif werkt! 10 april 2011 14.30 uur Zuiderkroon Antwerpen (Inconnu, 2011).....	5
Figure 5 - Stopp Ja zum Minarett-verbot (Goal AG Werbung, 2009)	6
Figure 6 - "Minarets are our bayonets. The domes are our helmets, the mosques our barracks and the believers our army." Turkish Prime Minister Tayyip Erdogan. Fact#1: The Conservative Party, the Labour Party and the Liberal- Democrats all want Turkey to join the EU. Fact#2: The BNP is the only party which opposes Turkish membership of the Eu and the Islamification of Britain (Inconnu, 2009)	6
Figure 7 - Non à l'islamisme. La jeunesse avec Le Pen (Inconnu, 2010)	6
Figure 8 - Fremd 2041 leben in Linz mehr Zuwanderer als Einheimische (Inconnu 2014)	6
Figure 9 - Telldenkmall (Richard Kissling, 1895)	20
Figure 10 - Wählt Partei der Arbeit (Inconnu, 1950)	20
Figure 11 - Gegen den Atomvogt, Atom Schutz, Ja (Hugo Schuhmacher, 1979)	20
Figure 12 - Un shoot pour nos enfants ?	20
Figure 13 - Wilhelm Tell (Ferdinand Hodler, 1897)	21
Figure 14 - Hütet Euch vor dem Versailler Völkerbund (Otto Baumgartner, 1920)	21
Figure 15 - "Défendez votre liberté!, Loi Häberlin (Carl Scherer, 1922)	21
Figure 16 - Wehret den Anfängen! Atomschutz JA (Bernard Schlup, 1979)	21
Figure 17 - Der Holzfäller (Ferdinand Hodler, 1910)	22
Figure 18 - Initiative socialiste, non, 25 janvier (Willy Jordan, 1942)	22
Figure 19 - Cosa Affaiblis les cantons ? Couper les prestations ?	22
Figure 20 - Abattre notre prospérité ? (Inconnu, 2009)	22
Figure 21 - touche pas à mon vote NON au droit de vote et à l'éligibilité des étrangers L'Equipe (Pierre-André Jacot, 1993).....	25
Figure 22 - Pour plus de diversité POP (Inconnu, 2007)	25
Figure 23 - Gotthard Schweiz (Emil Cardinaux, 1914)	58
Figure 24 - Winterkurort Davos Graubunden (Walther Koch, ante 1915)	58
Figure 25 - Für schöne Autofahrten die Schweiz (Herbert Matter, 1935)	58
Figure 26 - Basel (Niklaus Stoecklin)	58
Figure 27 - Pontresina (Celestino Piatti, 1960).....	59
Figure 28 - 11e course de l'escalade (Exem, 1988).....	59
Figure 29 - Crans Montana '89 (Hans Erni, 1989).....	59
Figure 30 - Ensemble, nous faisons la Suisse (Zep, 2004)	59
Figure 31 - Tir fédéral à Neuchâtel du 16 au 28 juillet 1898 (Tir fédéral à Neuchâtel du 16 au 28 juillet 1898 (Edmond Bille, 1989)	60
Figure 32 - Sammlung für Militärviatik (Eduard Renggli, 1914)	60
Figure 33 - Sans titre (Emil Cardinaux, 1939)	60
Figure 34 - Die Schweiz den Schweizern (Paul Kammüller, 1919)	97
Figure 35 - Extragabe an Ausländer 2 mal nein (Otto J. Plattner, 1922).....	99

Figure 36 - Schluss mit Überfremdung (Inconnu, 1965).....	105
Figure 37- Stop der Überfremdung (Atelier 8703 - Erlenbach, 1966)	110
Figure 38 - Accueil oui ... laisser-faire non (Goal AG Werbung, 1999).....	111
Figure 40 - Rausschmeissermethoden? Schwarzenbach-Initiative, Nein! (Inconnu, 1970).....	115
Figure 41 - 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).....	115
Figure 42 - Überfremdungsinitiative nein (Celestino Piatti, 1970)	116
Figure 43 - Nein - Zur Initiative gegen die Überfremdung ein klares Nein am 6./7. Juni (Linard Bieri, 1970)	118
Figure 44 - wir brauchen diese Menschen ... und sie brauchen uns. Schwarzenbach -Initiative: nein !	120
Figure 45 - Hier terre de refuge demain terre de refus ? Initiative Schwarzenbach Votiez non (François Gay, 1970)	122
Figure 46 - 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)	124
Figure 47- Volksbegehren gegen die Überfremdung, Ja für die Schweiz, Initiativkomitee, Steinwiesstrasse 5, 8032 Zürich (Inconnu, 1970).....	127
Figure 48 - Initiative contre l'emprise étrangère, Oui, ...Pour notre avenir, Le 20 10 74 (Inconnu, 1974)	127
Figure 49 - 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).....	127
Figure 50 - Votiez non (Leffel, 1970)	130
Figure 51 - La prochaine augmentation de l'AVS risque d'être la dernière. Pensez-y le 20 octobre. 500 000 étrangers nous aident à mieux vivre. Votiez non. (Inconnu, 1974)	130
Figure 52 - Défendez votre niveau de vie, votiez Non, Voulez-vous aussi payer leurs impôts? Vous remplacerez 1 contribuable sur 4 et les charges de l'Etat ne baisseront pas car 80% sont incompressibles (Inconnu, 1974).....	130
Figure 53 - 500.000 expulsés. Ferez-vous leur travail ? NON (Inconnu, 1974)	130
Figure 54 - Wenn die Pyramide fällt. fällst auch Du! Überfremdungsinitiative 3 nein (Edgar Künz AG Luzern, 1974)	131
Figure 55 - Non à une mauvaise action nationale, Initiative inhumaine, Votiez démocrate-chrétien, 18, 19 et 20 octobre 1974 (Inconnu, 1974).....	131
Figure 56 - Non à M. Schwarzenbach. Parti radical (Atelier André Masméjan Genève, 1974)	131
Figure 57 - Ins eigene Fleisch schneiden? Überfremdungs-Initiative III, Nein!, Nationale Aktion (J.C. Müller AG Zürich, 1974)	131
Figure 58 - Votations fédérales et cantonale, 4e initiative anti-étrangers, 5e initiative anti-étrangers, Traités internationaux, Contre-projet de l'Assemblée fédérale, Initiative fiscale cantonale, Parti radical, 5 fois non, 11, 12 et 13 mars 1977 (André Masméjan, 1977).....	134
Figure 59 - 4e + 5e initiatives xénophobes. Votiez non 12 + 13 mars (P. Besson, 1977)	134
Figure 60 - NON-SOLIDAIRES d'une initiative ... germe de chômage, de pénurie de logis et de crise économique! (Pierre-André Jacot, 1981)	138
Figure 61 - Initiative "Etre solidaires". Etrangers: d'accord pour les droits, non aux privilèges (R. Wälti, 1981).....	138
Figure 62 - Non à une "fausse" solidarité (R. Wälti, 1981).....	138
Figure 63 - 1 = 1 Justice pour eux, dans l'intérêt de tous. Oui à l'initiative Etre solidaires les 4/avril (E. Balmer, 1981)	138

Figure 64 - Abolition du statut de saisonnier. Droits égaux pour tous les travailleurs. Regroupement familial. Etre solidaires. 4-5 avril 81 oui (Inconnu, 1981)	139
Figure 65 - Pour s'ouvrir à l'Europe. Oui à la libre circulation (Exem, 2000).....	139
Figure 66 - Votez oui à la libre circulation des personnes (Inconnu, 2005).....	139
Figure 67 - Maria stat Scharia! Liste 1 SVP (Inconnu, 2009).....	139
Figure 68 - Ausländerstimmrecht 2xNEIN (Inconnu, 2010)	140
Figure 69 - Expulsons les étrangers criminels! (Inconnu, 2010)	140
Figure 70 - Ivan S. violeur et bêtôt Suisse? NON au contre-projet. Initiative sur le renvoi_ OUI (Goal AG Werbung, 2010).....	140
Figure 71 - rester maître chez soi ! avec VIGILANCE (Pierre-André Jacot, 1983).....	143
Figure 72 - Darum Hausier-Gesetz (Otto J. Plattner, 1934)	144
Figure 73 - 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).....	147
Figure 74 - Non à la loi sur l'asile. Un coup de coeur avec le parti démocrate chrétien (Inconnu, 1987)	147
Figure 75 - Damit wir helfen können, die wirklich Hilfe brauchen. Ja zu den Asyl-Vorlagen (Inconnu, 1987).....	147
Figure 76 - Limitation de l'immigration Oui ... sur 3 rapatriés volontaires seulement 2 nouveaux immigrants	147
Figure 77 - L'initiative xénophobe du 4 décembre 1988 VOTEZ NON (Inconnu, 1988)	148
Figure 78 - Que ferions nous sans eux? Initiative populaire pour la limitation de l'immigration NON 2-4 décembre (Inconnu, 1988).....	148
Figure 79 - Ils bâtissent pour vous. vous voterez pour eux: oui aux 40 heures! non à l'Action Nationale! oui à l'initiative ville-campagne! (Inconnu, 1988).....	148
Figure 80 - Non à l'initiative xénophobe (EXEM, 1988).....	151
Figure 81 - Immigration : pourquoi tant de haine ? Non à une initiative simpliste et trompeuse (Helge Reumann, 1996).....	155
Figure 82 - Stoppt illegale Einwanderung Ja zur Volksinitiative (Inconnu, 1996).....	155
Figure 83 - Stoppt die illegale Einwanderung am 1. Dezember JA Volksinitiative gegen illegale Einwanderung (Inconnu, 1996).....	155
Figure 84 - Et si c'était vous ... contre une loi unique 2xnon (Inconnu, 1999)	158
Figure 85 - Et si c'était vous ? 2xNON au démantèlement du droit d'asile. Votations du 13 juin (Isabelle Ducret, 1999).....	158
Figure 86 - Droit et sécurité aussi pour les réfugiés. Démantèlement du droit d'asile: 2xnon le 1 juin	158
Figure 87 - Tables de la loi selon Blocher - votez 2 x Non, 24 sept. 2006 (EXEM, 2006).....	167
Figure 88 - L'action national 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 augmentation des heures de travail blocage des salaires. Et les travailleurs ? Ecrasés par les grands & petits patrons S.A. divisés par la xénophobie en seront tous les victimes. Après l'expulsion des travailleurs étrangers l'exploitation de ceux qui restent continue et s'accroît. Stop - à l'action nationale - à l'exploitation. Unité de tous les travailleurs ! (Inconnu, 1974).....	182
Figure 89 - Gleiche Arbeit, Gleiche Rechte, Mitenand, Ja, POCH (Olivier Vischer, 1981)	185
Figure 90 - Contre le statut des saisonniers, tous solidaires. Votez oui (Inconnu, 1981).....	187
Figure 91 - Après leur renaissance en tant que somaliens certains seraient heureux de s'être autrefois opposés au durcissement de la loi sur l'asile.	194
Figure 92 - Après leur renaissance en tant que syriens, Freysinger & Co. seraient heureux de s'être autrefois opposés au durcissement de la loi sur l'asile (Inconnu, 2012)	194

Figure 93 - Suppression des frontières = drogues + criminels SCHENGEN NON (Inconnu, 2005).....	202
Figure 94 - Stop aux abus! De plus en plus d'étrangers viennent en Suisse pour profiter de nos institutions sociales (Inconnu, 2010).....	204
Figure 95 - Volksabstimmung vom 8. Februar 2008 Nein zur freien Einwanderung von kriminellen rumänischen Zigeuner! Personenfreizügigkeit mit Rumänien & Bulgarien Nein (Inconnu, 2009).....	204
Figure 96 - Ouvrir la porte aux abus? Non (Goal AG Werbung, 2009).....	208
Figure 97 - Ne vous laissez pas bernier! Ce que le citoyen normal entend par là Ce que le Conseil fédéral entend par là Deuxième génération Les ressortissants étrangers nés et élevés en Suisse Les ressortissants étrangers qui ont effectué 5 années de scolarité obligatoire en Suisse Troisième génération Les enfants de parents qui sont nés tous les deux en Suisse et qui y ont été élevés Les enfants dont au moins un des deux parents a effectué 5 années de scolarisation obligatoire en Suisse Le 26 septembre 2xNon au bradage de la nationalité et aux naturalisation en masse ! (Inconnu, 2004).....	210
Figure 98 - fürenand mitenand JA (Inconnu, 1981).....	226
Figure 99 - Notre prospérité s'est construite AVEC les ETRANGERS NON à l'initiative "Anti-Suisse" des 18% les jeunes libéraux (R. Wälti, 2000).....	226
Figure 100 -Non au seuil d'intolérance Le 24 septembre 2000 Votez non à l'initiative xénophobe des "18%" (EXEM, 2000).....	227
Figure 101 - Asylgesetzrevision Ausländergesetzrevision 4./5. April 1987 Nein.....	227
Figure 102 - Non aux mesures de contrainte (EXEM, 1994).....	228
Figure 103 - L'Asile est un DROIT Pour rester solidaires 2xNON le 13 juin (Inconnu, 1999).....	228
Figure 104 - Sagen Sie ja statt jö. Am 26. September 2x zur erleichterten Einbürgerung (Inconnu, 2004).....	228
Figure 105 - Made in Switzerland Erleichterte Einbürgerungen am 26. September 2004 JA (Inconnu).....	228
Figure 106 - typiquement suisse 2xOUI (Inconnu, 2004).....	236
Figure 107 - ID SWISS Erleichtere Einbürgerungen : 2xJA am 26. September 2004 (Cesar Sommer, 2004).....	236
Figure 108 - Integrieren und einbürgern was einheimisch ist. JA zum neuen Bürgerrecht! (Inconnu, 2004).....	236
Figure 109 - Naturalisations à l'aveugle? non à l'arbitraire le 1er juin 2008 (Inconnu, 2008).....	238
Figure 110 - Naturalisation par les urnes - Non aux naturalisations à la tête du client. Votation du 1er juin 2008 (Inconnu, 2008).....	238
Figure 111 - Demokratie entwickelt sich weiter. Bewegen wir uns mit. 2xJa. Ja zum Stimm- und Wahlrecht für alle mit niederlassungsbewilligung (Inconnu, 2010).....	238
Figure 112 - STOP OUI à l'initiative sur les naturalisations (Goal AG Werbung, 2008).....	238
Figure 113 - Ohne uns keine Olma-Bratwurst. 55% aller Mitarbeitenden in fleischverarbeitenden Betrieben haben keinen CH-Pass (Inconnu, 2013).....	241
Figure 114 - Sans nous pas de montres suisses. Près de 60% des employé-e-s de l'industrie n'ont pas de passeport suisse (Inconnu, 2013).....	241
Figure 115 - Un kosovar fait rêver la Suisse! [...] Halte à la xénophobie (Inconnu, 2012).....	241
Figure 116 - Des Kosovars poignardent un Suisse! Stopper l'immigration massive! (Inconnu, 2011).....	241
Figure 117 - La démesure nuit à la Suisse. Stopper l'immigration massive OUI (Goal AG Werbung, 2014).....	243
Figure 118 - theotherhalf (Inconnu, 2014).....	243
Figure 119 - theotherhalf2 (Inconnu, 2014).....	243
Figure 120 - ohne dich1 (Inconnu, 2014).....	243
Figure 121 - ohne dich2 (Inconnu, 2014).....	243
Figure 122 - Naturalisations en masse ? 2xNon aux projets de naturalisation (Goal AG Werbung, 2004).....	254

<i>Figure 123 - Staaten mit eingeschränkter religionsfreiheit: Soweit darf es nicht kommen! Ja zur Religionsfreiheit. Nein zur Minarettverbts Initiative (Inconnu, 2009).....</i>	<i>254</i>
<i>Figure 124 - Une société multiculturelle a ses limites Renforçons notre culture chrétienne Paroles claires - Valeurs sûres (Inconnu, 2007).....</i>	<i>254</i>