Mots. Les langages du politique

81 | 2006

Suisse, laboratoire politique européen ?

Le *Sonderfall* en péril. Les figures de la menace dans les messages graphiques de l'Union démocratique du centre

Alexandre Dézé et Michaël Girod

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/mots/624>

DOI : 10.4000/mots.624

ISSN : 1960-6001

Éditeur

ENS Éditions

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2006

Pagination : 23-34

ISBN : 2-84788-098-4

ISSN : 0243-6450

Référence électronique

Alexandre Dézé et Michaël Girod, « Le *Sonderfall* en péril. Les figures de la menace dans les messages graphiques de l'Union démocratique du centre », *Mots. Les langages du politique* [En ligne], 81 | 2006, mis en ligne le 01 juillet 2008, consulté le 23 avril 2022. URL : <http://journals.openedition.org/mots/624> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/mots.624>

Le *Sonderfall* en péril. Les figures de la menace dans les messages graphiques de l'Union démocratique du centre

Mesdames et Messieurs, nous en venons maintenant au sixième secret de l'UDC, un facteur déterminant. L'UDC comprend la recette du succès de notre pays, la force du *Sonderfall* suisse [...]. Quels sont donc ces secrets qui ont rendu la Suisse si forte ? Comment se fait-il que la Suisse, ce petit pays, se porte encore mieux que la plupart des autres nations ? J'ai souvent abordé cette question [...], la conclusion est toujours la même : c'est le *Sonderfall*. (Blocher, 2000).

Depuis le début des années quatre-vingt-dix, la défense du *Sonderfall* (qui signifie littéralement « cas exceptionnel », « exception ») représente l'un des principaux axes programmatiques de l'Union démocratique du centre (UDC)¹. Comme le rappelle Christophe Blocher, dirigeant de l'UDC et conseiller fédéral, dans son discours de l'Albisgüetli, le *Sonderfall* désigne cette combinaison sensible de règles de fonctionnement politique (démocratie directe, fédéralisme), de valeurs (neutralité armée, *Alleingang*²) et de mythes nationaux (Guillaume Tell, le serment de Grütli³, le héros martyr Winkelried⁴) qui fait toute la particularité

1. Fondée en septembre 1971 à partir d'une fusion entre le Parti des paysans, artisans et bourgeois (PAB) et les partis démocratiques des cantons des Grisons et de Glaris, l'UDC reste pendant près de vingt ans le parti le plus faible de la coalition gouvernementale. Au cours des années quatre-vingt-dix, sous l'impulsion de sa section zurichoise, le parti se radicalise et opère un décollage électoral. À l'issue des élections du Conseil national de 1999, l'UDC devient la première force politique suisse. Lors des dernières consultations nationales de 2003, le parti a encore renforcé ses positions (26,6 % des suffrages exprimés), devançant désormais ses trois partenaires de coalition.
2. Littéralement : « Voie solitaire ».
3. Légende fondatrice de l'indépendance de la Suisse à laquelle est associé le personnage de Guillaume Tell. En août 1291, les habitants de la plaine de Rütli font le serment d'une alliance perpétuelle contre les Habsbourg. En 1891, le 1^{er} août devient le jour de la fête nationale suisse.
4. Au cours de la bataille de Sempach opposant les confédérés à Léopold III d'Autriche en 1386, Arnold de Winkelried aurait crié : « Prenez soin de ma femme et de mes enfants » avant de se sacrifier en saisissant dans ses bras un grand nombre de lances ennemies, provoquant ainsi une trouée dans le front adverse et permettant à terme de remporter la victoire.

helvétique. Or, pour l'UDC, cette exceptionnalité qui a « rendu la Suisse si forte » serait menacée de disparition. Ainsi, comme l'affirme l'ancien président de l'UDC zurichoise, on chercherait à « détruire les mythes de la Suisse », à « démanteler les piliers » du pays et, partant, à « déstabiliser les citoyens » (voir Blocher, 2000). Quelle est la nature de ce péril et quelles sont les figures de la menace qui, selon l'UDC, guettent la nation et l'identité suisses ? Pour le déterminer, nous avons choisi de procéder à une analyse du discours graphique de l'UDC. Le corpus (non exhaustif) que nous avons réuni dans cette perspective couvre la période 1992-2005⁵ et se compose d'affiches, de tracts, d'illustrations diffusées sur le site Internet de l'UDC suisse (sections saint-galloise, bâloise et surtout zurichoise), d'annonces publicitaires, de pages publiées dans la presse et de fascicules recueillis sur les stands des réunions du parti. Sans exclure de l'analyse les conditions contextuelles de production et de réception de ces documents, nous nous sommes efforcés de « partir » des images (dans leur dimension scripto-iconique) en les considérant comme un matériau à part entière et non comme de simples illustrations⁶. Dans cette optique, nous avons travaillé la matérialité interne des documents en cherchant à déconstruire les opérations rhétoriques et thématiques permettant de donner corps et forme à ce péril qui, selon l'UDC, met en danger le *Sonderfall*. Occupant une place substantielle dans la production graphique que nous avons réunie, trois figures « ennemies » se font jour : l'Europe, l'étranger, la classe politique. L'analyse de leur traitement dans la propagande de l'UDC révèle en creux certains traits identitaires qui ne sont pas sans évoquer ceux des partis d'extrême droite⁷.

Une Europe « monstrueuse »

La Suisse est menacée. Telle est l'image qui transparait de l'iconographie politique de l'UDC. Une iconographie qui campe un univers anxiogène, sur la base d'un programme narratif essentiellement dysphorique. L'une des figures les plus prégnantes de cette menace dans le discours graphique est sans conteste l'Union européenne, qui se trouve au cœur de la lutte « historique » de l'UDC contre le rattachement de la Suisse à toute forme d'organisation internationale.

5. Nous avons choisi de nous intéresser à cette période car elle correspond à l'essor et au succès politique de l'UDC et de sa principale section, la section zurichoise.
6. Si l'image fixe constitue un objet d'étude à part entière en histoire, en sociologie, en sémiologie, elle demeure encore étonnement absente des travaux de science politique, où elle conserve le « statut dévalorisé de l'illustration ». Voir P. Favre, 1991, p. 245.
7. Cette contribution s'inscrit dans le cadre d'une enquête en cours financée par le Fonds national suisse (Programme national de recherche 40 : « Right-wing Extremism. Causes and Counter Measures ») et intitulée « Rapports aux valeurs et engagements populistes de droite en Suisse », sous la direction de Olivier Fillieule, avec la participation de Philippe Gottraux, Oscar Mazzoleni, Cécile Péchu, Michaël Girod, Alexandre Dézé.

Après avoir remporté, en mars 1986, la campagne référendaire contre l'adhésion à l'ONU, Christophe Blocher et Otto Fischer⁸ créent, en juin de la même année, l'Action pour une Suisse indépendante et neutre (ASIN)⁹, qui constitue le bras associatif de l'UDC zurichoise (Girod, 2004, p. 423). Au début des années quatre-vingt-dix, l'ASIN, bien que divisée sur la question, s'oppose autour de C. Blocher à l'intégration de la Confédération helvétique dans l'Espace économique européen (EEE). Aujourd'hui, l'UDC, noyautée par sa section zurichoise, et l'ASIN luttent de concert contre toute ouverture internationale de la Suisse dans le but de défendre le respect de la « neutralité intégrale », de l'indépendance, des droits populaires et du multilatéralisme helvétiques.

À la botte de l'Europe

L'Union européenne est tout d'abord représentée sous les traits d'une botte militaire, métonymie iconique classique de l'oppression et de la soumission. Sur une annonce publicitaire publiée par l'UDC zurichoise en 1995, une reproduction de cette botte, de taille démesurée et frappée du sceau de l'Europe, piétine une carte d'électeur tenue du bout des doigts par un petit bonhomme portant une calotte suisse. Dans un document issu de la récente campagne du « Comité d'action contre Schengen/UE-Dublin » piloté par l'UDC, cette même botte, de taille plus réduite, tient rivée au sol l'arbalète de Guillaume Tell, figure mythique de l'indépendance nationale suisse et de la « résistance » pour l'UDC¹⁰. Ici, l'utilisation du symbole de la botte a bien pour vocation de signifier la nature « impérialiste », aux yeux des udécistes, de l'Union européenne. Cette interprétation se voit notamment confirmée par le slogan d'une autre affiche (« Diktat de Bruxelles. Non », 1992), mais aussi par les propos de C. Blocher, pour lequel l'Europe est un « immense empire bureaucratique et centralisé » (C. Schilling, 1994, p. 125), et l'EEE un « traité colonial »¹¹. Il n'est pas impossible, par ailleurs, que les propagandistes de l'UDC cherchent à jouer, dans le discours graphique, sur les connotations historiques du symbole¹². Cette

8. Ancien conseiller national bernois du Parti radical démocratique (PRD).

9. C. Blocher a présidé l'ASIN jusqu'en décembre 2003, suite à son élection au Conseil fédéral.

10. Comme l'explique C. Blocher dans l'un de ses discours : « Rares sont les pays dont les mythes nationaux ont un sens aussi profond qu'en Suisse. La pomme de Guillaume Tell parle du droit de résister, de la force de résister au despotisme arbitraire et du droit, de la force, de se révolter contre la tyrannie arrogante. » (Blocher, 2000, p. 12.)

11. C. Blocher, 1998, « Point de la situation », 13^e assemblée générale ordinaire de l'ASIN, 9 mai, Berne. Source : <http://www.auns.ch/>.

12. Les symboles peuvent avoir plusieurs significations, mais dans la propagande graphique contemporaine, la botte réfère assez clairement à la « botte nazie ». À ce titre, une affiche de propagande anti-Front datant de 1935 utilise le symbole de la botte pour dénoncer la menace que représentent les mouvements d'inspiration fasciste ou nationale-socialiste (mouvements dits du « Printemps des Fronts ») qui voient le jour en Suisse à cette époque. Sur cette affiche, une botte sur le talon de laquelle est inscrit le mot « Front » donne un coup de pied à une statue vacillante de Guillaume Tell et de son fils.

lecture ne paraît pas abusive si l'on considère que, pour C. Blocher, une « adhésion à l'UE ne signifie[rait] rien d'autre qu'un nouvel assujettissement de la Suisse à un nouvel impôt du Reich, à une nouvelle juridiction du Reich et à une politique de grande puissance européenne »¹³.

Une Union européenne qui fait peur

Dans d'autres supports, l'Union européenne revêt les apparences d'un monstre. Sur une affiche diffusée en pleine campagne de l'EEE, en 1992, l'Union prend ainsi les traits d'un bureaucrate bruxellois géant (les étoiles du drapeau européen se reflètent sur le verre de ses lunettes), dont seul le visage, dessiné de profil et occupant un bon tiers de la surface de l'affiche, est représenté. Surplombant un minuscule bonhomme suisse qui tient entre ses bras un sac rempli d'argent, le géant laisse échapper un rictus d'avidité à la vue du pactole. On aura évidemment compris le sens de ce court message : l'Union européenne menace la richesse économique de la Suisse. Il n'est cependant pas nécessaire de faire figurer graphiquement l'Union pour exprimer le danger qu'elle représente. Bâtie sur le mode de l'ellipse, une affiche de la campagne du Comité d'action contre Schengen de 2005 se contente ainsi de donner à voir, dans un style néoréaliste, le visage horrifié d'un homme¹⁴. La peur est ici représentée grâce à l'utilisation combinée de codes kinésiques et graphiques spécifiques. Dessiné au trait de couleur noire, l'homme se tient la tête entre les mains. Ses doigts sont enfoncés dans sa chevelure, ses traits sont creusés, son teint est pâle. Ses yeux, exorbités, fixent le récepteur. Sa bouche, grande ouverte, semble produire un hurlement. Pour comprendre la raison de cet effroi, il suffit de suivre le parcours de lecture cinétique tracé sur l'affiche, qui conduit le regard de l'illustration majeure vers la zone textuelle supérieure (« Perdre la sécurité ? Perdre l'emploi ? » imprimé en typographie de couleur blanche sur fond rouge) puis inférieure (« Schengen, non », imprimé en typographie de couleur rouge sur fond blanc).

Schengen ou la promesse d'une invasion territoriale

Un autre procédé utilisé par les propagandistes de l'UDC consiste à projeter, dans l'image, une situation anticipée donnant à voir les conséquences d'une éventuelle adhésion de la Suisse à l'Union européenne ou à certains de ses traités. Le mode opératoire retenu consiste à jouer sur la peur d'une invasion territoriale. Deux documents permettent de l'illustrer. Le premier fait partie d'une brochure éditée en 2005 par le Comité d'action contre Schengen et montre le

13. Voir ASIN, 1999, *Lettre d'information* n° 65. Source : <http://www.auns.ch/>.

14. Il existe une variante féminine de cette affiche.

passage illicite de la frontière par des migrants. Sur ce dessin, un groupe d'individus, dont on ne distingue que les silhouettes légèrement recroquevillées, marche en file indienne dans la nuit. Manifestement armés (on perçoit ici le bout d'une barre, là la forme d'un pistolet), ils s'avancent en direction d'un poste frontière suisse abandonné, comme nous l'indiquent au premier plan l'écusson et la barrière du poste, brisés en deux à même le sol. Cette scène nous est rendue visible grâce à l'intervention, dans la composition iconique, d'un dispositif infrarouge : en témoignent les croix de cadrage formant un rectangle virtuel sur le fond duquel se détachent nettement les silhouettes blanches des membres du groupe. Ici, l'emploi de cet artifice très télévisuel n'accentue pas seulement l'effet de vérité recherché ; il permet également « d'activer la mémoire de scènes déjà vues dans les JT et dans la presse » (Pedon, Walter, 1999, p. 39). Le slogan, situé dans la partie inférieure du support, explicite le sens de l'action qui se joue tout en opérant une fonction de relais : « Non à l'espace d'insécurité de Schengen. Non à davantage de criminalité ». Le deuxième document recourt à un procédé métonymique plus simple. Dans ce dessin, également paru dans la brochure du Comité d'action contre Schengen, la Suisse est représentée sous les traits d'une maison traditionnelle helvétique (un écusson est accroché à sa façade), plantée entre deux collines vertes, et dont la clôture extérieure et la porte d'entrée ont été fracturées. Le faisceau d'une lumière jaune visible par l'une des fenêtres de l'étage semble attester de la présence d'un cambrioleur.

Ces documents ont une fonction communicationnelle assez claire : signifier le danger que fait peser l'Europe sur l'intégrité du territoire national suisse, en développant l'un des thèmes centraux de l'arsenal discursif de l'UDC, pour laquelle une adhésion aux accords de Schengen, synonyme de suppression des contrôles frontaliers, serait source d'une criminalité et d'une insécurité croissantes¹⁵.

Les « nègres » de l'UDC

L'étranger représente une autre figure ennemie de la propagande graphique udéciste. Comme on le sait, l'UDC est devenue le parti qui exerce, sur les questions liées au droit d'asile et à l'immigration, un quasi monopole de la représentation politique en Suisse. La thématique de l'*Überfremdung* (littéralement « surpopulation étrangère ») remonte certes au début du 20^e siècle et ne constitue pas la propriété politique exclusive du parti de C. Blocher. Mais elle occupe,

15. Voir par exemple T. Brunner, 2003, « Ne plus rester les bras croisés », conférence de presse de l'UDC, 21 août. Source : <http://www.svp.ch>. Toni Brunner est à cette époque conseiller national du canton de Saint-Gall, vice-président de l'UDC suisse. Notons que le thème de la 20^e assemblée générale ordinaire de l'ASIN, qui s'est tenue le 30 avril 2005, avait pour thème : « La Suisse doit rester maître de ses frontières ».

depuis le tournant des années quatre-vingt-dix, une place centrale dans son programme¹⁶ et dans son iconographie politique.

Les visages de l'Autre

En 2003, la presse alémanique parvient à se procurer, à la suite d'une indiscretion, l'une des affiches que l'UDC Saint-Gall envisage d'utiliser pour sa toute prochaine campagne électorale. L'affiche en question montre un homme à la mine maussade, aux traits négroïdes, un anneau dans le nez. Le slogan est le suivant : « Nous, les Suisses, sommes toujours plus les nègres » (*Wir Schweizer sind immer mehr die Neger*). Cette affiche n'est pas sans avoir suscité « quelques violentes discussions et de solides colères », comme le reconnaît le conseiller national UDC, Toni Brunner. Dans la version française du texte que ce dernier publie à ce sujet sur le site Internet de l'UDC, le traducteur de ce texte explique qu'il fallait entendre le mot *Neger* dans le sens du dicton allemand *Der Neger im Umzug* (littéralement « Le nègre dans l'histoire »), qui désigne ici la personne dont on abuse, dont on se moque, le dindon de la farce en quelque sorte. Dans cette acception, le mot *Neger* de l'affiche udéciste n'aurait donc pas de « connotation raciste »¹⁷. Pour d'autres, cependant, le sens premier du terme ne fait guère de doute. Cette affiche ayant été rendue publique, le parti des immigrés de Zurich, « Secondos Plus », a diffusé un support représentant un homme de couleur qui cligne malicieusement de l'œil, avec le slogan suivant : « Si de plus en plus de Suisses se sentent comme des nègres, il est temps pour le Conseil national d'en avoir un vrai. »

Le registre d'expression du discours graphique xénophobe de l'UDC n'est certes pas toujours aussi explicite. Mais les propagandistes udécistes mobilisent en général des représentations phénotypiques de l'étranger. C'est le cas, par exemple, dans cette affiche de septembre 2004 qui s'inscrit dans le cadre de la campagne de l'UDC contre la « naturalisation facilitée » pour les « étrangers de deuxième et de troisième générations » (voir, dans le présent volume, Burger *et al.*). Une affiche qui fonctionne sur le mode de la synecdoque, mais dont le sens ne fait aucun doute : au-dessus du slogan (« Naturalisations en masse ? 2 x non »), sont dessinées plusieurs mains dont le teint de peau varie du foncé au très foncé et qui convergent vers une petite caisse ouverte remplie de passeports suisses¹⁸. Dans d'autres supports, le discours xénophobe passe uniquement par le texte. Il en va ainsi d'une affiche pour le référendum

16. Pour une mise en contexte synthétique de la « question des étrangers » en Suisse, voir M. Girod, 2004, *op.cit.*, p. 426-432.

17. Voir T. Brunner, 2003, « Nous autres Suisses, nous sommes toujours les... ». Source : <http://svp.ch>, cité *supra* (note 15).

18. Les deux projets de naturalisation facilitée sont rejetés par la majorité du peuple et des cantons en septembre 2004.

lancé par l'UDC zurichoise en 1998, contre la participation financière de la ville à un projet d'entraide visant à faciliter l'intégration des familles albanaises du Kosovo dans les quartiers nord. La composition de l'affiche rappelle ici que le texte peut être aussi image : sur un fond noir qui occupe presque toute la surface du support, au-dessous d'une première zone de texte (« Réseau de contact pour les Albanais du Kosovo »), quatre lettres d'une épaisse typographie de couleur blanche indiquent : *Nein* (« non »). Lors de ce référendum, le non l'emporte par 55,5 % des voix.

« Immigration = insécurité = chômage »

Il n'est sans doute pas inutile de préciser le contenu de l'annonce udéciste parue dans la presse à l'occasion de cette campagne référendaire zurichoise : « Empêchez que n'arrivent dans notre ville toujours plus de gens de cultures étrangères, que la criminalité gagne du terrain, que toujours plus d'argent soit bradé pour les groupes cibles [...] »¹⁹. En effet, l'UDC ne se contente pas de faire « figurer », dans ses documents graphiques, le visage de la menace étrangère. À l'instar de partis d'extrême droite comme le Front national français ou le Vlaams Belang (anciennement Vlaams Blok) flamand, l'UDC travaille la mise en équation des problèmes sociaux (insécurité, chômage, drogue) avec la présence sur le territoire d'une population étrangère qu'elle juge numériquement excessive. En février 1999, dans un contexte international marqué par la guerre en ex-Yougoslavie et l'arrivée de réfugiés kosovars, l'UDC lance une initiative intitulée « contre les abus dans le droit d'asile »²⁰. Suscitant une véritable vague de protestations, l'affiche qui l'accompagne montre le dessin d'un homme qui surgit brutalement dans le support en déchirant le drapeau suisse qui en constitue le fond. Cet homme est vêtu d'un blouson dont le col est relevé ; il porte des lunettes noires, des gants, ainsi que des moustaches ; son teint de peau est légèrement mat, et l'expression de son visage dégage quelque chose de menaçant. Le cumul de ces indices laisse à penser qu'il s'agit d'un malfrat, d'origine étrangère, entrant par effraction en Suisse pour venir y exercer ses activités délictueuses. Cette mise en scène iconique ne constitue cependant qu'une partie du message, que complète le slogan : « Accueil oui... laisser-faire non ». L'interaction entre le texte et l'image produit ici l'effet de mise en équivalence recherchée, en installant sur le même plan asile, étranger et criminalité²¹.

19. Voir *Tages-Anzeiger*, 13 mars 1998.

20. L'initiative propose de réduire au minimum les prestations destinées aux demandeurs d'asile, de limiter le regroupement familial et de stabiliser le nombre de résidents étrangers au même niveau que celui de 1998. Soumise au vote populaire le 24 novembre 2002, l'initiative est rejetée par 50,1 % des électeurs.

21. La publication de cette affiche est à l'origine d'une plainte pour infraction à la législation anti-raciste déposée contre l'UDC par le Parti ouvrier et populaire vaudois (POP) auprès du juge cantonal. Notons qu'une affiche de campagne de la section bâloise de l'UDC pour les élections

Dans une page récemment parue dans la presse, le principe de mise en équation fonctionne de manière encore plus directe. L'UDC y affirme notamment que « la criminalité a massivement augmenté ces dernières années. Surtout les délits graves comme les assassinats, les viols et les blessures corporelles. [...] Certains groupes ethniques dominent la statistique criminelle. Le trafic de drogue est contrôlé par des Albanais et des Noirs africains. Des requérants abusent sans gêne aucune de l'hospitalité suisse ». Au milieu de la page, trois encadrés sont disposés l'un à côté de l'autre : celui de gauche est titré « la peur et la violence », celui du centre « requérants d'asile sans gêne » et celui de droite « le nombre de délits explose ». L'alignement de ces trois intitulés, imprimés dans une même typographie grasse, favorise la construction argumentative qui procède d'une mise en correspondance : la peur et la violence s'expliquent par des requérants d'asile sans gêne qui sont responsables de l'explosion du nombre de délits.

L'insécurité n'est cependant que l'un des volets thématiques de l'équation udéciste. Dans une annonce publicitaire parue dans le cadre de la campagne du Comité d'action contre Schengen, les propagandistes cherchent également à relier immigration et chômage. La formule mise au point est presque aussi directe que celle que propose le Front national français dans l'une de ses affiches (« Trois millions de chômeurs, ce sont trois millions d'immigrés en trop ! »). Ainsi l'annonce porte-t-elle le titre : « 150 700 chômeurs en Suisse, pourtant 3 500 étrangers trouvent chaque mois un emploi en Suisse ! »

Il y a quelque temps déjà que les rouages de ce simplisme xénophobe, fondements élémentaires de la rhétorique du national-populisme, ont été décryptés (Taguieff, 1984, p. 113-139). Cette recette qui consiste à réduire la complexité sociale à quelques solutions primaires en jouant sur le ressentiment (« c'est la faute de... » ; voir Taguieff, p. 124) constitue bien la marque de fabrique des partis de l'extrême droite contemporaine. Il est manifeste qu'elle fait également partie du dispositif argumentaire de l'UDC.

L'anti-politique

Comme le remarque Oscar Mazzoleni, « aucune autre force politique traditionnelle dans le continent, durant les vingt dernières années, ne s'est radicalisée en se servant d'un discours "national-populiste", tout en restant représentée sans interruption dans un gouvernement de coalition nationale » (Mazzoleni, 2003, p. 30). Parti de gouvernement disposant, depuis les élections fédérales de 2003, de deux sièges au Conseil fédéral²², l'UDC présente en effet cette sin-

---

nationales de 2003 représentait le visage d'Oussama Ben Laden, le doigt levé, derrière une croix helvétique en filigrane.

22. Entre 1959 et 2003, la répartition des sièges au sein du Conseil fédéral (l'exécutif helvétique) est restée inchangée : deux sièges pour le Parti radical-démocratique (PRD), deux pour le Parti

gularité d'être également un parti anti-partis et anti-establishment. La classe politique incarne ainsi une autre figure de l'ennemi et occupe là encore une place majeure dans le discours graphique.

Rats et pieuvre : le bestiaire de l'UDC

L'examen du discours graphique udéciste révèle la présence d'un véritable bestiaire politique par lequel transistent certaines des représentations négatives de la classe politique. Métonymie animalière récurrente de la propagande graphique, la pieuvre géante²³ figure ainsi sur un dessin daté d'octobre 2004 visant à dénoncer les propositions du Conseil fédéral relatives à la mise en place d'une « taxe CO₂ » sur les carburants. Sur les tentacules de ce monstre sont inscrits les noms des principales organisations écologistes internationales (Greenpeace, WWF) ainsi que ceux d'organismes helvétiques (l'association Transports et environnement, l'Office fédéral de l'environnement, des forêts et du paysage). Les grands yeux froncés du mollusque, anthropomorphisé pour l'occasion, traduisent sa détermination : enserrant d'un tentacule le corps d'un père de famille devant sa femme et son bébé horrifiés, la pieuvre parvient à vider, de la pointe d'un autre tentacule, le fond de la poche du pantalon de sa capture et à extirper des pièces de monnaie. Cette mise en scène complexe a pour fonction de délivrer un message simple : le Conseil fédéral, pris entre les bras de la « mafia écologiste » (comme le stipule le slogan), oppresse fiscalement les ménages.

Animal moins attendu dans la composition de ce bestiaire, un rat apparaît avec sa meute sur le dessin d'une affiche datant de février 2004. Moins attendu car, comme on le sait, le rat est l'un des emblèmes des mouvements de jeunesse d'extrême droite. Rappelons que cet emblème fut initialement imposé par la propagande des groupements d'extrême gauche, pour lesquels le rat symbolisait la vermine (fasciste), la peste brune. Dans l'affiche de l'UDC, trois rats de couleur rouge rongent le contenu (billets et pièces) d'un porte-monnaie apparemment mécontent de son sort (ce porte-monnaie a deux sourcils froncés, deux yeux inquiets et une bouche dont les traits sont tirés vers le bas). Cette mise en scène est explicitée par le slogan : « La politique de la gauche ruine notre pays. Non à la hausse de la TVA. » Ainsi, les propagandistes de l'UDC ont procédé dans cette affiche à une inversion de la charge sémantique du symbole du rat, afin de signifier la façon dont la gauche grignote progressivement le budget du pays. Cette inversion n'est cependant pas restée sans réaction. La

---

socialiste (PS), deux pour le Parti démocrate-chrétien (PDC) et un pour l'Union démocratique du centre (UDC). En 2003, fort des résultats engrangés par l'UDC, C. Blocher fait son entrée au sein du Conseil fédéral en prenant la place de la démocrate-chrétienne Ruth Metzler, portant à deux le nombre de sièges gouvernementaux de l'UDC.

23. Pour une histoire des représentations de la pieuvre dans la propagande graphique, dont les premières illustrations politisées datent de la fin du 19^e siècle, voir F. D'Almeida, 1992.

Jeunesse socialiste suisse a en effet répondu à l'UDC en élaborant sur le même modèle plusieurs affiches de contre-propagande²⁴. L'une d'entre elles représente trois rats de couleur gris foncé s'attaquant à une femme d'origine étrangère et à une personne en fauteuil roulant. Le slogan de cette affiche rétablit le sens initial du symbole en stigmatisant l'adversaire : « L'UDC propage la peste brune. Non au paquet fiscal, à la 11^e révision de l'AVS. »²⁵

L'utilisation de figures animalières pour dénoncer les forces de gauche n'est pas sans surprendre. Il s'agit ici de vieux procédés propagandistes²⁶, assez éloignés des canons de la communication politique moderne. Il ne faudrait cependant pas sous-estimer l'efficacité communicationnelle de ce type d'opérateur synthétique. L'image du rat ou de la pieuvre est sans doute anachronique. Mais elle permet également de marquer les esprits. On notera à cet égard qu'un autre animal a été utilisé par les propagandistes de l'UDC pour dénoncer la classe politique. Une affiche de la campagne pour les élections nationales de 2003 représente ainsi le dessin d'une poule qui porte un béret suisse. Son bec est ficelé, ses pattes menottées, son corps se déplume au gré de battements d'ails frénétiques, son regard exprime l'angoisse... Autant de sèmes iconiques dont la combinaison a charge d'incarner, comme l'admettent les responsables de l'UDC, un « peuple suisse bâillonné, plumé et ligoté »²⁷. Le slogan stipule : « Ça, nous le devons aux autres partis. »

Dénoncer les « fatigués de la patrie »

La classe politique se trouve incontestablement au cœur du dispositif explicatif des maux qui menacent le *Sonderfall*. Dans une affiche que nous avons déjà évoquée (celle qui représente cette botte militaire européenne piétinant la carte d'électeur), l'UDC accuse tout d'abord la gauche et les *Heimatmüde*, les partis fatigués de défendre la patrie, de « vouloir conduire la Suisse dans l'Union européenne », d'« abandonner la neutralité », de « sacrifier l'indépendance » et de « monnayer les droits populaires ». Sur le dessin de cette autre affiche qui date de novembre 1993, une jeune femme tenant dans sa main gauche un trousseau de clés et portant en bandoulière un sac à main est poursuivie par l'ombre d'un homme qui la menace avec un couteau²⁸. Cette affiche est diffusée un mois

24. Source : <http://www.juso.ch/>.

25. La 11^e révision de l'AVS (assurance vieillesse et survivants) et l'élévation de la TVA sont soumises au vote populaire le 16 mai 2004. L'UDC soutient la 11^e révision de l'AVS ainsi que l'augmentation de l'âge de la retraite pour les femmes, mais rejette toute augmentation de la TVA qui, selon elle, entraînerait une diminution du pouvoir d'achat des ménages et freinerait la croissance économique. L'affiche de l'UDC s'inscrit dans le cadre d'une précampagne en vue de la votation du 16 mai 2004, dont l'objectif avoué est de « sensibiliser les électeurs ».

26. Sur l'utilisation des figures animalières en politique, on se reportera utilement à P. Bacot *et al.*, 2003.

27. UDC, conférence de presse, 21 août 2003. Source : <http://www.svp.ch>.

28. On trouve une mise en scène similaire dans une affiche du Front national français datée de 1984.

après l'assassinat, précédé du viol, d'une jeune femme à Zurich. Le meurtrier, déjà emprisonné pour deux crimes à caractère sexuel, avait obtenu un congé des instances médicales et judiciaires qui le considéraient comme guéri. Sur la moitié inférieure gauche de l'affiche, le slogan clame : « Ça nous le devons à la gauche et aux "gentils" [les autres partis de droite] : plus de criminalité, plus de drogue, plus de peur. » La classe politique est en effet également rendue responsable des problèmes de drogue dans la ville zurichoise. En janvier 1994, l'UDC locale publie une annonce au titre évocateur : « La majorité de gauche à Zurich est coupable de cela : plus de drogues. » En arguant avoir prédit l'avènement de cette situation depuis des années, le document représente une seringue accompagnée d'un court texte dénonçant une politique de lutte contre la drogue « sans objectif et sans conception », qui a pour conséquence d'engendrer dans la ville un « réseau organisé de criminalité ». Le parti propose de fait de « démembrer avec force » les scènes de la drogue en « exécutant le droit ».

Plus largement, les institutions politiques seraient également coupables d'un véritable complot. Sur un dessin récemment publié sur le site Internet de l'UDC, et cosigné par l'ASIN, un sorcier ricanant, chapeau pointu, nez crochu, vêtu d'un long manteau noir, remue à l'aide d'une immense cuillère estampillée « Bureau de l'intégration » le contenu d'une grosse marmite sur laquelle figure l'inscription « Confidentiel. Info-concept Schengen/Dublin ». Le texte du slogan dénonce la « soupe empoisonnée du palais fédéral » et la « manipulation des votations populaires ». Cette annonce s'inscrit dans le cadre d'une conférence de presse tenue quelques mois avant la votation sur Schengen/Dublin, conférence au cours de laquelle le président de l'UDC suisse, ainsi que deux conseillers nationaux de l'UDC, critiquent « la manipulation systématique des scrutins populaires par le Conseil fédéral et l'administration. L'opinion publique réelle coïncide de moins en moins souvent avec l'opinion publiée. Les sondages, les comptes rendus des médias, les prises de position du Conseil fédéral, les mots d'ordre du PRD, du PDC, du PS, des syndicats et des associations n'ont plus qu'un seul but : manipuler l'opinion publique »²⁹.

L'objectif de cette stratégie de dénonciation et de responsabilisation de la classe politique consiste bien à démontrer que l'UDC se pose comme la seule alternative politique crédible et l'unique rempart contre l'effondrement du *Sonderfall*. De fait, si le programme narratif du discours graphique udéciste est essentiellement de nature dysphorique, il n'en propose pas moins une solution euphorique : voter pour l'UDC, promesse d'un avenir radieux, comme le suggère l'un des logotypes du parti, qui représente un soleil se levant sur une Suisse « plus sûre », « dans la liberté », accompagné de la signature « Qualité suisse ».

« Direct et clair ! », clame le slogan d'une récente affiche-texte de l'UDC.

29. UDC, conférence de presse, 4 octobre 2004. Source : <http://www.svp.ch>.

On ne saurait effectivement mieux caractériser le discours graphique de la formation de C. Blocher. Un discours qui n'est pas sans évoquer celui d'un parti comme le Front national³⁰. D'un point de vue rhétorique, l'UDC procède bien en effet du même schéma : dénonciation d'un état de décadence, identification des responsables, solution miracle de l'équation sociale, proposition d'une méthode de salut. D'un point de vue thématique, plusieurs points communs sont également repérables : l'anti-politique, la xénophobie, l'hostilité à l'Union européenne, la défense de l'identité nationale. On aurait tort ici de négliger les caractéristiques d'une telle combinaison. Certes, l'UDC participe depuis plusieurs décennies au gouvernement helvétique. Mais son discours graphique ne s'en apparente pas moins, par certains aspects, à celui d'un parti d'extrême droite. En cela, l'UDC représente bien, en Europe, un cas particulier.

Références

- ALMEIDA F. (d'), 1992, « La pieuvre, un essai d'interprétation », *L'image fixe. Lettre du groupe d'étude sur l'image fixe*, n° 1, p. 4-8.
- BACOT P. et al. éd., 2003, *L'animal en politique*, Paris, L'Harmattan, 386 p. (Un compte rendu de cet ouvrage est paru dans *Mots. Les langages du politique*, n° 80, p. 135.)
- BLOCHER C., 2000, « Les sept secrets de l'UDC (strictement confidentiel) », discours de l'Albisgüetli, Zurich, p. 11.
- DÉZÉ A., « La co-construction du sens dans l'affiche politique. Analyse de réception du discours graphique du Front national », mémoire de DEA d'études politiques, IEP de Paris, 1998.
- FAVRE P., 1991, « Fixer l'évènement. La représentation des manifestations dans la peinture au début du 20^e siècle », Y. Mény éd., *Idéologies, partis politiques et groupes sociaux*, Paris, Presses de la FNSP, 416 p.
- GIROD M., 2004, « L'Union démocratique du centre : les raisons d'un succès », P. Blaise et P. Moreau éd., *Extrême droite et national-populisme en Europe de l'Ouest*, Bruxelles, Crisp, 584 p.
- MAZZOLENI O., 2003, *Nationalisme et populisme en Suisse*, Lausanne, Presses polytechniques et universitaires romandes, 144 p.
- PEDON E. et WALTER J., 1999, « Photographies et argumentation dans les documents électoraux du Front national », *Mots. Les langages du politique*, n° 58.
- SCHILLING C., 1994, *Blocher. Aufstieg und Mission eines Schweizer Politikers und Unternehmers*, Limmat Verlag, Zurich, 183 p.
- TAGUIEFF P.-A., 1984, « La rhétorique du national-populisme. Les règles élémentaires de la propagande xénophobe », *Mots. Les langages du politique*, n° 9, p. 113-139.

30. Voir A. Dézé, 1998 (Pierre Favre éd.).