700e anniversaire en 1991: la Suisse dans la presse étrangère : une image encore presque intacte

Autor(en): **Willumat, Heidi**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger**

Band (Jahr): **19 (1992)**

Heft 6

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-912738

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

700e anniversaire en 1991: la Suisse dans la presse étrangère

Une image encore presque intacte

Le 700e anniversaire de la Confédération a été l'occasion d'attirer l'attention des médias étrangers sur notre pays et de pallier ainsi au manque d'information sur la Suisse qui s'observe manifestement dans le monde entier. Sur mandat de la Commission de coordination pour la présence de la Suisse à

Heidi Willumat

l'étranger (COCO), l'Office national suisse du tourisme (ONST) avait envoyé, jusqu'à fin mars 1991, 64 textes destinés à la presse sur la politique, l'histoire, l'économie, l'environnement, la culture et la société à titre de documentation et pour inciter à une présentation bien fondée de la Suisse, à l'intention des journalistes de 120 pays. Des quelque 10 000 articles parus, 4649 portant essentiellement sur l'économie, l'histoire, la politique et le 700e anniversaire, provenant de tous les continents, ont fait l'objet d'une analyse approfondie à l'Université de Zurich.

*

Le tourisme: Il va de soi que les journalistes n'ont abordé ce sujet que dans les pays où les habitants peuvent s'offrir un voyage en Suisse. Ainsi 59% de tous les articles publiés au Japon portaient sur le tourisme; ce pays était suivi par l'Amérique du Nord et nos pays voisins. Il est surprenant de constater que ce sont les Pays-Bas qui arrivent ici en tête avec 71% de tous les articles parus. L'industrie suisse du tourisme fait l'objet d'appréciations presque toujours flatteuses dans la presse japonaise et américaine alors que nos voisins sont plus réticents à cet égard.

*

L'économie: Cette étoile ne brille pas autant dans les articles parus dans les pays voisins, mais également dans le reste de l'Europe, de l'Amérique du Nord et du Sud ainsi qu'en Océanie que dans le reste du monde; la concurrence n'est certes pas étrangère à ce phénomène: on n'a cependant pas distribué de mauvaises notes. La haute qualité, l'efficacité des entreprises et les relations publiques font ressortir une image favorable. Cela explique que le qualificatif de «mondialement connu» vient en tête, suivi toutefois de près par celui, plutôt problématique, de «puissant»!

*

La politique: Dans ce domaine, l'image de la Suisse semble davantage en passe de se ternir. En premier lieu, les journalistes étrangers ont quelques difficultés à comprendre les structures complexes de la Confédération, et plus encore à les exposer. A cela s'ajoutent des tensions internes (que le 700e a justement cristallisées!) et des problèmes de politique étrangère; par exemple en rapport avec l'intégration européenne. La presse internationale reflète d'ailleurs assez fidèlement les clivages au sein de la population suisse. En général, on n'exprime guère sa confiance dans la capacité d'intégration de la Suisse, la distance atténuant cependant l'inquiétude! A l'exception des Japonais: leurs visites en Suisse leur ont manifestement donné une impression peu optimiste concernant les relations Suisse-Europe!

*

Les Suisses-types: Les hommes et les femmes qui vivent dans un tel pays-modèle sont logiquement considérés le plus souvent comme des «enfants-modèles»; en faisant une comparaison au niveau international, ils se plaisent d'ailleurs à se voir ainsi eux-mêmes, exception faite d'une certaine autocritique qui se fait plus souvent jour ces derniers temps. D'où vient donc ce vent frais qui semble ternir l'image de notre pays à l'étranger? Il serait intéressant de se pencher un peu sur la question. Le classement des qualités helvétiques retient l'attention: outre l'ouverture au monde on évoque en premier lieu l'hospitalité, le progressisme, le sens de l'ordre, le zèle, mais aussi le caractère paisible et la fiabilité. En revanche, la joie de vivre, la tolérance ou même l'éloquence passent pour moins caractéristiques. Les images du dévouement helvétique et de l'avarice suisse arrivent à peu près au même rang. Comme valeur négative, l'égoïsme s'oppose à l'ouverture au monde, alors que personne ne songe à contester la diligence et le sens de l'ordre.

*

Les mythes et symboles nationaux: Non seulement dans les illustrations, mais encore dans les textes figurent en bonne place les traditionnels «joyaux du paysage». Toutefois, on y allie aussi l'idée de la diversité linguistique et culturelle, plus encore que celle du fédéralisme. En outre, Tell en sa qualité de personne est aussi présent que la Suisse primitive comme berceau de la Confédération et

Guillaume Tell, mythe d'une «Suisse heureuse», peint par Ferdinand Hodler. (Photo: ONST)

l'arbalète comme symbole de qualité. En résumé: la Suisse est un pays heureux où coulent le lait et le miel. Ce cliché regrettable devrait être attribué d'une part au fait qu'à l'occasion du 700e anniversaire, les journalistes étrangers se sont davantage penchés sur le passé de la Suisse, voire sur son avenir, que sur sa réalité présente. D'autre part, on y trouve, et c'est normal, le reflet de l'idée de l'organisateur de cette campagne, l'ONST, de présenter, notamment par l'image, les avantages touristiques de la Suisse. ■