

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1971)
Heft: 157

Artikel: Diplomatie parlementaire ou du bon usage du voyage
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1028235>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 29.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Domaine 157 public

J.A. Lausanne

Diplomatie parlementaire ou du bon usage du voyage

Ted Kennedy va en mission en Inde où il inspecte pour le compte du Sénat américain et de la sous-commission des réfugiés, qu'il préside, la situation au Bengale Occidental.

Deux mois plus tôt, un groupe de trois membres de la Chambre des Communes est allé en reconnaissance au Pakistan Oriental.

De France, une délégation importante de quinze parlementaires a fait un périple important et fructueux en Chine.

Ce sont là trois exemples pris dans une actualité récente. Ils illustrent le rôle que les parlementaires en voyage à l'étranger peuvent jouer pour la politique extérieure de leur pays.

De l'avis des observateurs, la mission Kennedy a fait beaucoup pour redorer le blason des Etats-Unis, dont la réputation était au plus bas du fait de la politique pro-pakistanaise du Président Nixon. L'enquête de Rey Prentice et de ses collègues du parlement anglais a donné une résonnance nouvelle aux appels à l'aide humanitaire. Alain Peyrefitte enfin aurait ramené de Pékin, dit-on, une invitation pour le Président Pompidou.

Un écho plus considérable

Cela se passe alors que la commission des affaires étrangères du Conseil national s'interroge sur les voies nouvelles à utiliser pour renforcer son emprise sur la conduite des événements.

Nul doute que si M. Otto Burkhardt, l'expert du Conseil fédéral, avait été accompagné dans son inspection au Bengale Occidental de deux ou trois députés, l'écho dans l'opinion publique aurait été plus considérable. Surtout, celle-ci aurait peut-être évité de cristalliser son émotion sur un projet utopique, comme la transplantation d'enfants bengalis dans nos Hautes-Alpes.

Les contre-poids

Jusqu'à présent, les missions à l'étranger de nos parlementaires ont été de trois ordres. Une représentation suisse au Conseil de l'Europe; une délégation à l'Union interparlementaire; des visites de terrains pour bâtiments d'ambassade. La première activité a un caractère semi-officiel, la seconde est au contraire essentiellement privée, la troisième est un aimable prétexte. Mon tout est regrettable!

Car les commissions des affaires étrangères ne seront plus efficaces que le jour où elles prendront la peine de se doter de leurs propres sources d'information.

On en revient toujours au système des contre-poids. A une source d'information (celle de l'administration et du gouvernement), doit en correspondre une autre. Ce devrait être celle du parlement.

De petits groupes spécialisés devraient se répartir les tâches, et travailler indépendamment de l'ordre du jour des sessions, en ayant pour objectif de suivre en permanence les problèmes internationaux, et de pouvoir intervenir, le cas échéant, à temps et en connaissance.

Prévenir une approche sentimentale

Cela suppose, bien sûr, un équipement en hommes et en matériel. Cela suppose surtout un intérêt authentique, chez les membres des commissions, à se saisir des vrais problèmes, plutôt que de se chipoter sur les bas-côtés de notre politique extérieure. La frustration qui a caractérisé le plus récent débat sur le groupe d'étude de politique étrangère aurait pu être évitée, et les commissions, mieux informées et mieux armées, pourraient dialoguer à égalité avec l'administration. Elles rempliraient ainsi un rôle de médiateur entre le gouvernement et l'opinion publique, tout en prévenant cette dernière d'une approche trop sentimentale des affaires étrangères.

Ecouter sagement

Prenez l'Europe. La curiosité des députés ne risque pas de les étouffer! Que ce soit la négociation avec Bruxelles, les préparatifs de la Conférence européenne de sécurité, la position des autres pays neutres, n'y a-t-il pas mieux à faire que d'écouter sagement briefings sur briefings? Qu'ils aillent donc voir à Bruxelles, Berlin, Paris, Helsinki ou même Moscou.

Des commissions des affaires étrangères plus dynamiques pourraient permettre d'activer notre politique étrangère. La compétition est toujours salutaire. Mais, là aussi, le mouvement se prouve en marchant.

Une commission Furgler ou Renschler au Pakistan? Pourquoi pas.

Publicité et télévision

Jusqu'à maintenant, vos écrans de télévision n'ont pas montré de publicité pendant la journée du dimanche.

La Société suisse de radiodiffusion et télévision (SSR) voudrait combler cette lacune, et en plus consacrer plus d'heures aux messages publicitaires. Elle a commencé par demander l'avis des Eglises. L'Eglise catholique se déclare tout simplement prête à consentir à ce changement, à la condition qu'il lui soit alloué un plus grand nombre d'heures d'antenne. La réponse provisoire des Eglises protestantes est beaucoup plus nuancée: bien que du point de vue théologique, rien ne s'oppose à l'introduction de la publicité le dimanche, il ne faudrait recourir à cette solution qu'en cas d'absolue nécessité.

Ces prises de position surprennent quelque peu. On n'y trouve certainement pas une volonté claire de protéger le dimanche d'une nouvelle emprise matérialiste. César s'arrogeait déjà six jours de la semaine, voilà qu'on lui donne le septième.

Personne ne nie que la publicité joue aussi un rôle essentiel d'information. Mais, il n'y a qu'un pas entre information et lavage de cerveaux. Ce dernier stade a déjà été atteint aux Etats-Unis, où il est impossible d'échapper aux attaques publicitaires massives qui déferlent à toute heure, en n'importe quel en-

droit. La radio diffuse jusqu'à trente minutes de publicité par heure; quant à la télévision, elle se contente de quinze minutes. Les émissions pour enfants n'échappent pas à la règle; elles préparent ainsi le consommateur docile de demain.

En Suisse, le régime particulier de la radio et de la télévision a prévenu jusqu'à maintenant l'utilisation abusive à des fins commerciales de ces moyens de communication.

L'absence de publicité est là un atout précieux qu'il importe de garder. Comme la télévision exige d'énormes moyens financiers, l'adoption de la publicité était quasi inévitable, au vu des dangers que comportaient les solutions de rechange: avec une taxe concessionnaire adéquate, la télévision serait restée un luxe inaccessible — avec un financement exclusivement gouvernemental, la liberté de la SSR aurait entièrement disparu. Certaines restrictions limitaient cependant l'emprise publicitaire; la SSR veut maintenant les supprimer.

En acceptant la publicité le dimanche, en augmentant le temps d'antenne des spots publicitaires, en faisant sauter une à une les restrictions qui maintenaient la publicité télévisée à un niveau tolérable, on s'acheminait doucement vers la pire des solutions.

Bi-mensuel romand

N° 157 14 septembre 1971 Huitième année

Rédacteur responsable: Pierre-Antoine Goy

Le numéro: 70 centimes

Abonnement pour 20 numéros:

Pour la Suisse: 12 francs

Pour l'étranger: 15 francs

Changement d'adresse: 50 centimes

Administration, rédaction:

Lausanne, Case Chauderon 142

Chèque postal 10-155 27

Imprimerie Raymond Fawer S.A., Renens

Aux articles de ce numéro ont collaboré:

Ruth Dreifuss

Jean-Claude Favez

Henri Galland

Jean-Pierre Ghelfi

Pierre-Antoine Goy

Marx Lévy

Bruno Pellaud

Le N° 158 sortira de presse le 28 septembre 1971