Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1980)
Heft: 559

Artikel: À travers les langues
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1022527

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: 11.12.2025

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

SONDAGES

Et en plus, Videla veut qu'on l'aime...

Les fabricants, les banquiers, les dentistes, les entraîneurs et les flics peuvent se consoler: ils ne sont pas seuls à avoir des problèmes d'image. Les gouvernements aussi savent quels tourments peut provoquer le sentiment d'être incompris ou, pire, mal compris. Car les hommes politiques ou les colonels (ou les deux à la fois comme dans certains pays, y compris la Confédération suisse) qui composent les équipes gouvernementales n'ont pas toujours la désinvolture nécessaire pour négliger l'opinion publique.

Quand celle-ci se montre réticente, ou franchement hostile, il n'y a plus que deux attitudes possibles: la flatterie démagogique, ou la manipulation et la contrainte.

Pour préparer la seconde parade, il est recommandé de procéder à un sondage d'opinion ou mieux à une étude de motivations, histoire de savoir à la fois de qui se compose la majorité partout silencieuse et de quels bois se chauffent les opposants réputés minoritaires.

Au besoin, l'opération-sondage peut se faire à l'étranger, dans les cas par exemple où un apport en devises ou en capitaux est souhaité.

C'est ainsi que, sur mandat du gouvernement argentin, l'institut suisse de sondage Isopublic fait présentement une étude en profondeur auprès des «leaders d'opinion» et autres personnes influentes de notre pays. En gros, il s'agit de savoir si les championnats du monde de football de 1978 ont vraiment eu l'effet contre-productif qui leur a été reconnu, de déterminer si les «mesures de libéralisation prises par le gouvernement de M. Videla» (?) passent pour crédibles, et d'évaluer l'impact des dénonciations lancées notamment par Amnesty International.

Mais la préoccupation dominante des mandataires d'Isopublic semble moins idéologique et politique et plus directement économique: quid des investissements suisses en Argentine? Faut-il craindre pour l'avenir des travaux entrepris par Electrowatt et par Motor-Columbus, filiales du Crédit suisse, respectivement de l'UBS? ou pour les livraisons de l'industrie suisse des machines, particulièrement pour l'usine d'eau lourde promise-vendue par Sulzer avec la bénédiction fédérale? ou pour l'évolution de la balance commerciale avec la Suisse, d'année en année plus lourdement déficitaire pour l'Argentine?

On sent percer, à travers des questions formulées avec une neutralité exemplaire, toute l'inquiétude d'un régime qui se sent plus efficacement porté à bout de bras par le capitalisme international que soutenu par l'opinion publique, nationale ou étrangère.

Le sieur Videla n'a pourtant pas davantage de souci à se faire que les autres gouvernants sud-américains. Selon l'indice BERI (Business Environment Risk Index), qui est un peu le box-office des pays classés d'après la sécurité offerte aux investisseurs étrangers, l'Argentine se retrouve avec tous les autres Etats d'Amérique latine (sauf le Pérou) dans la catégorie moyenne des «44-55 points» (sur un maximum de 100). En clair: risques relativement élevés pour les investisseurs, mais encore supportables, surtout avec une garantie gouvernementale.

Certes, le classement des pays de destination établi en Suisse pour l'octroi de la garantie contre les risques à l'exportation ou à l'investissement demeure strictement confidentiel. Mais la position qu'y occupe l'Argentine ne compte sans doute pas parmi les moins avantageuses.

Ce qui ne signifie pas que l'étude Isopublic soit superflue. Les dictateurs ne se contentent pas de commander; ils veulent en plus être aimés, et ne comprennent jamais que l'opinion puisse résister à leurs tendres assauts.

PS. L'indice BERI, calculé par une centaine d'experts de l'Ecole des HEC du College Delaware et mondialement reconnu, n'est quand même pas tout: au printemps 1979, il rangeait l'Iran en très bonne position (avant le Danemark par exemple); en décembre de la même année, l'Iran se retrouvait en queue de classement des 45 pays considérés, tandis que l'Arabie saoudite et l'Afrique du Sud se maintenaient au même niveau que l'Australie, les pays scandinaves, le Benelux, la France, le Canada et la Yougoslavie.

A TRAVERS LES LANGUES

Les «garçonnes de café» de l'annonce de «L'Atout» vous ont fâché (e)? Vous avez eu tort parce que l'Atout alémanique, le «Trumpf Buur», a développé la même argumentation sous le titre «Serviersohn gesucht» (on cherche des garçons de café). Pour attirer le lecteur, il fallait en effet remplacer le terme usuel de «Serviertochter», féminin, par un terme masculin inconnu. Par dessus la frontière des langues, la polémique devient ridicule.

* * *

Comparez les formules en français et en allemand du concours de la SBS (publié dans tous les grands et moyens quotidiens). Les douze clients supposés ont la même tête dans chaque version, les initiales des noms sont les mêmes mais les prénoms diffèrent, par exemple: François devient Franz, Louise est Lea et Henry s'appelle Heini. Les conseillers paraissent bien réels. Il y en a vingt quatre: douze pour la Suisse alémanique et douze pour la Suisse romande. Les questions et les réponses correspondent néanmoins, avec même un texte absolument équivalent puisqu'il est en espagnol.