Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 26 (1989)
Heft: 968

Rubrik: Le carnet de Jeanlouis Cornuz

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: 14.12.2025

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

LE CARNET DE JEANLOUIS CORNUZ

Le vieil écrivain et l'armée

Mort de Simenon. Il faut avouer qu'une telle mort est pleine d'enseignements... Car enfin, l'homme était fort *gênant*, comme l'est nécessairement celui qui est admiré à la fois des connaisseurs — disons: André Gide — et du gros tas. Aussi avons-nous eu droit, à côté de très beaux hommages, à des articles pleins de... nuances! C'est ainsi que la *Gazette de Lausanne* croit voir dans le très grand nombre de ses romans le signe qu'aucun d'eux n'était vraiment bon! Opinion relevée, partagée et développée par un hebdomadaire romand, j'ai oublié lequel. On a envie de dire à ces critiques pénétrants: «Touche pas, Bébé!».

Pour passer à un autre homme *gênant*, mais alors, là, vraiment très gênant: Max Frisch — *Schweiz ohne Armee? Ein Palaver* (Limmat Verlag) — *Suisse sans armée? Un Palabre* (trad. de Benno Besson et Yvette Z'Grabben, chez Bernard Campiche). N'ayant pas encore lu le grand petit livre (moins de 100 pages); me trouvant en Italie, je tombe sur un article de la *Stampa* intitulé: «En novembre, votation sur les forces armées. Le vieil écrivain descend dans l'arène — Frisch: sans armée pas de Suisses!»

A croire que l'auteur de *Stiller* s'est brusquement converti aux idées de la Ligue Vaudoise!

Le sous-titre (mais qui lit les sous-titres?) corrigeait un peu cette impression: «Qu'y aurait-il d'autre pour tenir uni le pays? Les timbres-poste?»

Tout de même, je me demandais si l'honorable collaborateur de la *Stampa* (le grand quotidien de Turin, sans couleur politique, c'est-à-dire centre-droit) était complètement imbécile ou remarquablement perfide! Ni l'un, ni l'autre, sans doute: le corps de l'article rend compte assez bien du livre de Frisch, sans qu'il en ait saisi peut-être toute la portée.

Qu'est-ce que ce *Palabre*, publié après sept ans de silence? Une conversation entre un grand-père — Max Frisch lui-même, auteur entre autres d'un *Livret de service* (1947), où il raconte ses souvenirs de la mob — et son petit-fils de vingt ans, qui hésite à objecter, qui milite pour l'initiative *Suisse sans armée*...

Notons en passant la qualité humaine et artistique du texte: Max Frisch pratique en maître «l'art d'être grand-père» et Jonas, son interlocuteur, l'art d'être petit-fils, dont on a moins parlé...

Quant au contenu, il est *consternant*! Guillemin prétend que le dernier mot de la sagesse voltairienne était «Sauve-qui-peut!» (en quoi je crois qu'il se trompe). Le petit livre de Frisch se termine par un geste et par un conseil. Le geste: le vieil écrivain jette au feu le *Livret de Service*; le conseil: *«Si j'avais ton âge, Jonas, j'émigrerais»*. En d'autres termes, pessimisme extrême, je dirais même: nihilisme. Ceci ne fait pas mon affaire: d'une part, je suis plus près par l'âge de Frisch que de Jonas; d'autre part, émigrer, où? Je ne me sens vivre qu'ici... *«Sérieusement, Jonas, supprimer l'armée, cela signifierait, qu'une Suisse nouvelle est née — tu te rends compte — une Suisse vivante et tournée ver l'avenir, voilà ce dont on a peur.»* Or cette Suisse ne verra pas le jour, parce que nous ne croyons plus à rien. Nos autorités militaires pourront continuer de veiller à la défense du pays, avec (soyons optimistes!) 35% de partisans de l'armée, 15% d'adversaires et 50% qui s'en f... complètement. Je leur souhaite bien du plaisir. ■

PUBLICITÉ AUTOMOBILE

Bête et criminel

(*pi*) Admettrait-on dans nos journaux de la publicité pour un système permettant de déjouer les sécurités électroniques des grands magasins? Admettrait-on que la télévision diffuse un spot publicitaire indiquant par quel moyen discret on peut se procurer une dose d'héroïne dont on vanterait la qualité et le prix? De manière plus générale, est-il admissible que des publicités soient diffusées qui incitent les gens à violer la loi? La réponse est non.

Cette règle qui découle du bon sens est généralement respectée. Il ne viendrait pas à l'idée d'un armurier de vanter publiquement une arme pour ses facultés à commettre un meurtre. Il est pourtant un domaine qui se fout éperdument du bon sens: celui des voitures. Déjà que les GTI et autres machines dites «sportives» ou «racées» sont des engins parfaitement inutiles, on comprend mal l'acharnement des constructeurs à vanter une vitesse de pointe que leurs conducteurs ne devraient jamais atteindre. Et on comprend mal les acheteurs qui se laissent attirer par ce genre d'arguments, à part évidemment les quelques imbéciles qui n'hésitent pas à passer la frontière pour s'éclater sur les autoroutes françaises, sûrs de leur supériorité et de leur impunité.

Citroën, qui nous avait pourtant habitué à mettre en avant ses formes aérodynamiques plus que la générosité de son compteur de vitesse, vient de publier une publicité consternante de bêtise et de criminalité: La BX 16V passe de 0 à 100 km/h en 8,9 secondes. Certains vous diront que c'est utile pour dépasser les «lambins». Admettons sans grande conviction. Mais surtout, elle *«vous permet d'atteindre les 213 km/h. Sans problème puisqu'elle dispose de 108 kW (148 ch). Et sans risque puisqu'elle est dotée de l'ABS en série.»* Faut-il rappeler que la vitesse maximale autorisée sur les autoroutes est actuellement de 120 km/h. Et que même si une certaine initiative populaire devait être acceptée par le peuple, la limite n'atteindrait encore «que» 130 km/h. On est bien loin des 213 km/h promis par Citroën.

L'AST avait étudié 1757 publicités pour voiture en 1987. Il en ressortait que l'argument «vitesse» arrivait en seconde position et était cité dans 32% des annonces, après le prestige (47%). La sécurité, elle, arrivait en queue de liste, avec 1,1% de citations.

Les constructeurs doivent décidément faire appel à de bien mauvais publicistes: je reste persuadé que la majorité des acheteurs potentiels d'une voiture attachent plus d'importance à la sécurité qu'à la vitesse. ■