

**36^e
CONGRES
CONFEDERAL
c.f.d.t.**

**NANTES
DU 30 MAI
AU 3 JUIN 1973**

Syndicalisme

Numéro spécial

Suppl. au N° 1430 du 1.2.1973

**la c.f.d.t. et
l'information**

**présenté par
le bureau national
rapporteur:**

**Fredo KRUMNOV
secrétaire national**



36^e congrès confédéral

Nantes - 30 mai au 3 juin 1973

la c.f.d.t. et l'information

sommaire

• INTRODUCTION :

POURQUOI CE RAPPORT ?	3
---------------------------------	---

• CHAPITRE ①

INFORMATION ET ACTION SYNDICALE	5
En partant d'une interview	5

• CHAPITRE ②

LES MOYENS DE PRODUCTION D'INFORMATION

A) La presse écrite

– Y a-t-il censure ?	11
– Liberté théorique	11
– Vendu moins cher qu'au prix coûtant	12
– Vendu 2 fois	12
– Qu'en est-il de l'aide de l'Etat ?	13
– L'indépendance des journalistes	13
– Le rôle des lecteurs	13
– Auto-censure	13
– Naissance d'une contre-presse	14

B) L'audio-visuel

– L'ORTF	15
– L'impact du message audio-visuel et son enjeu	18

• CHAPITRE ③

L'INFORMATION : TERRAIN DE LUTTE DE CLASSE

– L'information dans une société autogérée	21
– La publicité	22
– L'aide de l'Etat	23
– Censure et auto-censure	23
– L'utilisation des moyens d'information existants	23
– Pratiquer la contre-information	24

• CHAPITRE ④

L'INFORMATION : ÉLÉMENT CAPITAL DE NOTRE STRATÉGIE

– Priorité à l'information à la base	28
– Conquérir un temps et de l'espace d'information dans l'entreprise	29
– Informer pour la discussion collective	29
– Développer la qualité de l'information à la base	30
– Améliorer les instruments techniques	30
– Privilégier l'information faisant appel à l'analyse	30

• CHAPITRE ⑤

NOS MOYENS

– Une grande dispersion	33
– La presse : à côté des structures et de l'action	33
– Nos meilleurs moyens	34
– Une information à tous les niveaux	34

L'information confédérale

– Quel type d'information ?	35
---------------------------------------	----

Une option

– « Syndicalisme-Hebdo »	37
– « Syndicalisme-Magazine »	39
– Le rôle de nos journalistes	40
– Notre information interne	41
– Une information rapide	41
– Nos possibilités dans le domaine audio-visuel	42
– La nouvelle revue C.F.D.T.	43
– D'autres moyens	44
– Volonté politique	44
– Volonté pratique	45

• ANNEXE

Projet de résolution adopté par le B.N. des 14 et 15 décembre 1972	46
--	----

INTRODUCTION

Pourquoi ce rapport ?

UNE résolution interne votée par le 35^e congrès a confié à la Commission confédérale d'Information la préparation d'un rapport pour le congrès de 1973.

Cette résolution abordait surtout les problèmes de nos moyens propres sous l'angle d'une étude de nos instruments d'information, en vue de les développer et de les rationaliser. Ses auteurs ont pourtant insisté dans leur intervention sur l'importance des problèmes d'information dans leur ensemble sur l'action et la stratégie syndicale.

Le problème de l'information est, en effet, bien plus vaste que la seule question de nos propres moyens. C'est dans la stratégie du capitalisme et du pouvoir un élément déterminant. Nous l'avons constaté en 1968, et en faisons chaque jour l'expérience.

Tout échange est information. Le problème de l'information est celui des communications entre les hommes et les femmes à travers les rapports sociaux. Mais les moyens techniques qui interviennent dans ces rapports sont de plus en plus puissants et déterminants. Aussi est-il apparu à la Commission confédérale d'Information que le problème formait un tout,

et qu'il n'était pas possible d'aborder nos propres moyens et notre stratégie en matière d'information sans faire une analyse sérieuse et approfondie de la situation des travailleurs face à l'information et aux possibilités de communications, de l'évolution des différents moyens et supports et de leur rôle dans les rapports sociaux et dans la lutte de classe.

Notre lutte dans ce domaine doit se mener sur deux fronts :

• A partir de nos propres moyens à tous les niveaux. Par les tracts, les bulletins d'entreprise ou locaux, les discussions, les réunions, les affiches, la presse syndicale professionnelle, interprofessionnelle et confédérale. Pour que nos moyens d'information atteignent le maximum d'efficacité, il faut notamment éviter qu'ils se développent dans la plus grande dispersion.

C'est sur ce terrain que nous sommes maîtres d'un certain nombre de décisions et d'initiatives. Aussi faut-il signaler dès l'introduction que s'il était indispensable d'analyser les moyens d'information qui nous sont extérieurs, le débat dans les syndicats et sections syndicales doit porter surtout sur les chapitres suivants :

- 7 - L'information terrain de lutte de classe,
- 6 - L'information élément capital de notre stratégie,
- 8 - Nos moyens.

C'est particulièrement cette dernière partie qui est essentielle.

Mais nous ne pouvons être absents d'un deuxième front :

• Face aux moyens extérieurs (ceux des capitalistes et du pouvoir), de plus en plus puissants, concentrés et monopolisés, nous avons intérêt à préciser nos positions et nos objectifs sur des problèmes tels que l'évolution de la Presse, le rôle de l'ORTF, de la publicité, et du rôle de l'Etat en cette matière, et à contribuer pour notre part à la lutte contre l'accaparement par les forces dominantes de tous les grands moyens modernes d'information.

L'information est au cœur de l'action syndicale. Nous affirmons souvent qu'il n'y a pas d'action sans information. Il y a un lien intime entre information et action et donc aussi entre action, méthodes d'action et stratégie syndicale. Cette liaison doit être clarifiée et précisée pour qu'il n'y ait pas décalage.

Ce rapport n'a pas pour ambition d'épuiser les problèmes de l'information, le domaine est bien trop vaste. Il a surtout pour but d'engager une réflexion dans l'organisation, de préciser quelques positions, et de préparer quelques décisions.

1

information et action syndicale

Le 16 août 1972, Edmond Maire donne une interview à l'agence France-Presse. Voilà ce qu'il déclare sur le programme commun :

« La C.F.D.T. rendra publique sa position définitive après la réunion de son Bureau national à la mi-septembre. Mais la C.F.D.T. constate d'ores et déjà que le programme commun est un fait politique important. Il clarifie le débat au plan politique et marque le clivage entre la droite et la gauche, entre le capitalisme et l'anti-capitalisme. Il va de soi que dans cet affrontement, la C.F.D.T. ne peut que se situer du côté de ceux qui luttent pour les revendications populaires; d'autant plus que la C.F.D.T. a affirmé la nécessité d'une convergence entre l'action des forces syndicales et politiques pour la réalisation du socialisme. Pourtant, en tant qu'organisation syndicale, la C.F.D.T. exclut formellement de donner un appui inconditionnel, de se lier à un programme de gouvernement élaboré et conclu entre les partis politiques pour une législature.

C'est en fonction de son projet de société socialiste fondée sur l'autogestion et dépassant le cadre du programme P.C. - P.S., que la C.F.D.T. s'exprimera sur celui-ci. Mais aussi en fonction de sa stratégie qui fait de l'action créatrice des masses le moteur premier de la transformation sociale. Par ailleurs, dans ce cas, comme toujours, la C.F.D.T. entend garantir l'autonomie du syndicat à l'égard de tout gouvernement. »

Voici sur ce point précis ce qu'on retrouve dans les journaux le lendemain :

L'HUMANITÉ :

« La C.F.D.T. rendra publique, à la mi-septembre, sa position sur le programme commun du gouvernement. Mais, déclare Edmond Maire, « la C.F.D.T. constate d'ores et déjà que le programme commun est un fait important. Il clarifie le débat au plan politique, et marque le clivage entre la droite et la gauche, entre le capitalisme et l'anti-capitalisme. Il va de soi que dans cet affrontement, la C.F.D.T. ne peut que se situer du côté de ceux qui luttent pour les revendications populaires. »

LE FIGARO :

« En ce qui concerne enfin le programme commun de la gauche, M. Maire a indiqué que son organisation rendrait publique sa position à la mi-septembre. »

L'AUORE :

« Quant au programme commun de la gauche, la C.F.D.T. « exclut formellement » de lui donner un « appui inconditionnel » tout en estimant qu'il constitue un fait important. La C.F.D.T. rendra publique à la mi-septembre sa position à cet égard. »

LES ÉCHOS :

« Enfin, à propos du programme commun de la gauche, M. Maire souligne qu'il constitue « un fait important » et que « la C.F.D.T. ne peut que se situer

du côté de ceux qui luttent pour les revendications populaires». Cependant, conclut-il, « en tant qu'organisation syndicale, la C.F.D.T. exclut formellement de se lier à un programme de gouvernement élaboré et conclu entre des partis politiques pour une législation. »

LE MONDE :

« Rencontraissant que le programme commun P.C. - P.S. « est un fait important », le syndicaliste ajoute cependant : « La C.F.D.T. exclut formellement de donner un appui inconditionnel, de se lier à un programme de gouvernement élaboré et conclu entre des partis politiques pour une législation. »

LA CROIX :

« Le programme commun est un fait important. Il clarifie le débat au plan politique et marque le clivage (...) entre le capitalisme et l'anti-capitalisme. Il va de soi que dans cet affrontement, la C.F.D.T. ne peut que se situer du côté de ceux qui luttent pour les revendications populaires. Et ce d'autant plus que la C.F.D.T. a affirmé la nécessité d'une convergence entre l'action des forces syndicales et politiques pour la réalisation du socialisme. Pourtant, en tant qu'organisation syndicale, la C.F.D.T. exclut formellement de donner un appui inconditionnel, de se lier à un programme de gouvernement élaboré et conclu entre des partis politiques pour une législation. »

FRANCE-SOIR :

« La C.F.D.T. entend garantir l'autonomie du syndicat à l'égard de tout gouvernement, y compris celui qui pourrait naître de l'application du programme P.C. - P.S. Une prise de position qui n'ira pas sans faire réfléchir la C.G.T. »

LE PARISIEN LIBÉRÉ n'en parle pas.

COMBAT, LA VOIX DU NORD et LE HAVRE LIBRE reproduisent l'intégralité du passage de la déclaration.

Ces exemples montrent que l'information n'est pas la simple transmission d'un fait brut. La presse joue un rôle de médiateur. Elle procède à une sélection. Les critères de sélection sont très divers. Si certains journaux reproduisent la déclaration en entier, cela tient au fait que l'actualité était creuse et qu'il y avait de la place. Ce n'est pas la quantité de ce qui est retenu qui est significative, il y a aussi ce qui est laissé de côté par rapport à ce qui est retenu.

Voici comment la presse a annoncé dès le 14 mars 1972 la grève du « Joint Français » :

« Les travailleurs (C.G.T. et C.F.D.T.) du « Joint Français » à St-Brieuc, qui effectuaient sans résultat des débrayages depuis trois semaines, se sont mis en grève illimitée hier matin » (L'Humanité, actualité politique et sociale, 14 mars 1972).

« Des grévistes de l'usine du « Joint Français » à St-Brieuc (900 salariés) occupent leur entreprise depuis ce lundi 13 mars au matin. Cette décision a été prise vendredi soir au cours d'une assemblée du per-

sonnel » (Le Monde, conflits et revendications, 14 mars 1972).

« Vendredi déjà, les ouvriers avaient voté la grève illimitée. Tôt lundi matin, ils ont décidé d'occuper l'usine » (Le Télégramme de Brest, reportages, 14 mars 1972).

Trois journaux, trois lectures de l'événement.

Trois lectures déterminées par une orientation idéologique appliquée de façon consciente par des journalistes zélés ? Ou bien trois lectures répondant à l'attente de publics déterminés ?

Le fait que l'Humanité, généralement bien informée sur les problèmes sociaux, ne mentionne pas l'occupation, n'est pas sans lien avec l'orientation conjoncturelle du P.C. à l'égard des conflits durs.

A l'inverse, c'est davantage la proximité géographique de ses lecteurs avec l'événement qui contraint la presse locale à la rigueur. Le destinataire de l'information vit l'événement sur place, il est hypersensibilisé, à même de vérifier les informations qui lui sont transmises.

Le poids du destinataire de l'information est souvent déterminant pour le fond et la forme de cette dernière.

Quand France-Soir en parle, il privilégie le contenu anecdotique, et donne la parole à des acteurs avec lesquels le lecteur s'identifiera facilement : « Vous êtes du « Joint » ? la bière est offerte. Tout St-Brieuc soutient les grévistes » (France-Soir, 3 mai 1972).

L'événement doit être réduit à la dimension du fait divers qu'attendent les lecteurs.

La forme et le fond du contenu de l'information livrée sont donc en grande partie déterminés par ce qu'est le journal lui-même.

L'écran que constituent la presse et les autres supports d'information entre l'événement et l'opinion, est aussi quantitatif.

Il est intéressant de noter que sauf l'annonce très brève de l'événement (Le Monde du 14 mars), et à l'exception de l'Humanité, la grève du « Joint Français » n'est vraiment prise en charge par la presse quotidienne nationale que lorsque le conflit arrive dans sa quatrième semaine et se durcit, les grévistes retenant les représentants patronaux au siège de l'Inspection du Travail. France-Soir titre alors : « Conflit de St-Brieuc. Plus de 60 cadres séquestrés en France depuis 1970 », et souligne l'émotion du C.N.P.F.

La presse hebdomadaire d'opinion est en retard sur la presse quotidienne. Le conflit n'est abordé par Politique-Hebdo que lorsqu'il entre dans sa cinquième semaine, par le Nouvel-Observateur quand il entre dans sa sixième, et par l'Express dans sa septième. Les journaux des organisations d'extrême gauche, quoique hebdomadaires ou à périodicité irrégulière (La Cause du Peuple) interviennent rapidement, dès la 3^e semaine, et accordent une place importante à l'événement.

Ce n'est que durant l'ultime semaine du 1^{er} au 7 mai que le conflit s'impose à l'ensemble de la presse.

Comme on le voit, il aura fallu du temps pour que la grève prenne sa dimension nationale et que la

presse parisienne (donc nationale) s'en empare. C'est une loi du genre. Dans le contexte de la société capitaliste, une grève qui se déclenche dans une boîte n'est pas considérée en soi comme une information, sauf pour la presse locale.

Il faut la conjoncture de l'importance économique de la boîte, du nombre de salariés concernés, de la durée de la grève, de son impact spontané, de l'originalité de ses revendications et formes d'action, pour que cette grève finisse par s'imposer comme un événement politique et socialement significatif, comme une information. On l'a vu pour « Le Joint », mais aussi pour « Zig-Zag », pour « Pennaroya », etc.

Si les travailleurs, la radio et la télé ressentent le peu d'écho donné par la presse à leurs luttes comme un manque évident d'objectivité, le Président de la République, par contre, considère que l'objectivité a fait défaut à l'ORTF parce que celle-ci a parlé de temps en temps d'une grève au moment où celle-ci avait déjà pris dans l'opinion une dimension nationale.

Cela démontre simplement que **l'objectivité en matière d'information n'existe pas**. L'information est conditionnée par la situation dans laquelle on se trouve, et notamment par les rapports de classes. Dans la mesure où les moyens d'information sont, pour l'essentiel, aux mains des forces capitalistes, il ne faut pas nous étonner que les communications qui passent soient l'expression des forces dominantes.

Selon le cas, ce rapport de force est différent et permet à l'information de se développer autrement. Dans le cas du « Joint Français », cela s'explique par plusieurs facteurs.

- A St-Brieuc, la presse locale est soumise à concurrence. Deux quotidiens, **Ouest-France** et **Le Télégramme de Brest** se partagent une même clientèle.

- Le sentiment de malaise d'être les « laissés pour compte de l'expansion » touche toute la population.

- L'usine du « Joint » est connue dans la région comme une usine « pirate » ayant bénéficié au maximum de l'aide de la décentralisation et versant les plus bas salaires de l'industrie locale.

- Il y a dans les deux quotidiens des journalistes très ouverts à l'action syndicale.

Cela conduit **Ouest-France** et **Le Télégramme** à consacrer chaque jour une demi-page à la grève du « Joint », souvent plus et jusqu'à trois pages dans les moments chauds.

Mais si l'information diffusée par le « Joint » a rencontré un tel écho en Bretagne, en suscitant un mouvement de solidarité décisif pour l'issue du conflit, c'est que cette information s'inscrivait parfaitement dans une information plus générale, portée par des luttes s'impliquant, à des degrés divers, à presque toutes les couches de la population bretonne. Dans la même période, il y avait en effet des grèves aux Papeteries de Mauduit à Quimperlé, aux Nouvelles Galeries à Brest, au Mammouth et aux Etablissements de viande « Le Morguic » à St-Brieuc, à la S.B.F.M. à Lorient, conflit des pêcheurs de coquilla-

ges, débrayages dans l'électronique à Lannion, manifestation agricole à Plouvara, à Pontivy, manifestation de commerçants et d'artisans dans le Sud-Finistère, manifestation contre la fermeture de C.E.G. ruraux, etc.

L'information, dans un événement comme le « Joint Français » ne se résume pas à ce que la presse ou la radio ou la télé disent sur le conflit. Il y a d'autres messages qui passent par d'autres langages.

Lorsque les agriculteurs sont venus apporter du beurre, du lait, des légumes, aux travailleurs du « Joint », leur geste symbolisait matériellement la solidarité « ouvriers-paysans » de façon beaucoup plus spectaculaire que ne l'aurait fait la remise d'un chèque.

Pour un grand nombre de Français, la majorité de l'information publiée ou radiodiffusée est oubliée. Ce qui reste, c'est la dramatisation de l'événement exprimée par cette photo où un travailleur du « Joint Français » reconnaît un de ses anciens camarades d'école sous l'uniforme d'un des C.R.S. envoyés pour réprimer le mouvement.

D'autres éléments sont intervenus dans l'ampleur de la solidarité des paysans avec les ouvriers du « Joint ». Ainsi la personnalité du secrétaire de l'UD-CFDT dont un responsable agricole des Côtes du Nord disait : « Le Faucheur, c'est pas un instituteur passé par les écoles du parti, il parle notre langage c'est un paysan, je crois que les gars l'accepteraient comme président de notre syndicat. »

Il y a le langage parlé ou écrit, et celui qui passe par l'image, le symbole, le modèle social véhiculé.

Ainsi il y a une interaction permanente entre la réalité sociale et l'information.

Ces problèmes, nous les rencontrons à chaque fois que l'action syndicale s'engage.

D'une façon générale, les organes et instruments d'information n'évoquent la situation des travailleurs et notamment leur vie dans les entreprises que quand elle se dramatise, quand il y a conflit.

Le décalage entre la presse locale et nationale est un fait permanent, et de ce point de vue l'exemple du « Joint Français » n'est pas le meilleur.

Il s'est d'abord agi de la grève du début de l'année dont on a le plus parlé. Combien de « Joint Français » pour que l'un d'entre eux occupe les colonnes de la presse ?

Nos camarades de St-Brieuc ont été particulièrement favorisés par la situation locale et notamment par l'existence d'une pluralité d'expressions en raison de l'existence de deux quotidiens sur place. La concentration progressive de la presse régionale risque de réduire encore davantage la place accordée aux conflits locaux dans la mesure où l'information n'a plus qu'un support unique pour sa diffusion. Si le conflit du « Joint Français » s'était déroulé à Grenoble, il est vraisemblable qu'il n'aurait pas trouvé dans **Le Dauphiné Libéré** une caisse de raisonnement aussi efficace que celle dont il a bénéficié dans les colonnes de **Ouest-France** et du **Télégramme**. Le fait qu'une grève ou un conflit soit confiné dans la presse régionale et même dans la

page locale d'un quotidien régional, est devenu courant.

L'information que nous subissons n'est en cela que le reflet de la société capitaliste. L'idéologie dominante évacue de l'opinion les conflits de la vie sociale. Pour les travailleurs, les rapports de production qu'ils subissent sont déterminants pour l'ensemble de leur vie, et une grève devient un événement capital. Pour M. Pompidou, une grève ne mérite pas d'être évoquée à la télé. Pour lui, l'objectivité de l'information doit évacuer tout ce qui met en cause l'ordre établi et qui pourrait laisser penser que tout ne va pas pour le mieux dans le meilleur des mondes.

Il est évident que les luttes syndicales sont largement conditionnées par une telle situation.

Les effets de l'information se traduisent dans le développement de l'action.

Le décalage entre l'information locale et l'information nationale explique le développement loca-

lisé de la solidarité et de l'action, et le caractère breton du conflit du « Joint Français ».

Par rapport à la quantité d'informations que les travailleurs du « Joint » et la population bretonne ont reçues à travers la presse locale et les nombreux tracts diffusés, les travailleurs des autres usines du groupe C.G.E., par exemple, n'ont été informés qu'avec parcimonie, soit par la presse nationale, soit par l'un ou l'autre tract circulaire envoyé par le canal de la F.G.M. est distribué dans l'une ou l'autre usine dans laquelle la C.F.D.T. est implantée.

Cette introduction à partir d'un fait n'a pas pour ambition d'analyser les rapports entre information et action, mais de démontrer que l'efficacité et le succès de la lutte syndicale, et encore bien plus le développement de la solidarité, et surtout l'action, sont lourdement tributaires de l'information qui en est transmise, et des moyens dont l'action syndicale peut disposer.

2

les moyens de production d'information

abondance, diversité, concurrence, complémentarité

Dans les rapports humains, tout est information. Les communications passent à travers toutes les relations individuelles et collectives. Nous utilisons tous les sens dont nous disposons pour nous renseigner sur les réalités matérielles et humaines qui nous environnent. C'est à partir de nos sens que les civilisations ont élaboré peu à peu des langages : gestes, paroles, symboles, images, écritures, que nous utilisons quotidiennement. Chaque langage est devenu la base d'un certain nombre de moyens techniques améliorant et permettant surtout de multiplier les communications pour les rendre vraiment collectives.

L'information, c'est la communication, le message, le renseignement qui passe à travers les rapports sociaux; les moyens d'information sont ces supports techniques très divers utilisés à cet effet.

Au fur et à mesure des progrès techniques, les moyens de produire des informations sont devenus des moyens de production de masse.

Aujourd'hui, le nombre de messages qui nous agressent chaque jour est effarant.

Cela commence le matin, dès que nous tournons le bouton de notre transistor, et cela se poursuit ensuite tout au long de la journée :

Par les affiches qui nous assaillent dans la rue;

Par le journal que nous achetons ou dont nous captions les titres s'étalant autour des kiosques,

Par la publicité sur l'emballage des produits que nous consommons,

Par le tract ou le prospectus qui nous est distribué,

Par ce qui passe à travers les échanges avec les autres, telle discussion, tel coup de téléphone...

Par le film ou le spectacle que nous allons voir,

Et surtout par cette télé qui compte déjà, par personne, une moyenne d'écoute de deux heures par jour.

Depuis cent ans, les moyens de véhiculer les communications se sont développés d'une façon gigantesque. L'information est restée longtemps confinée à l'échange oral et à des supports écrits, puis imprimés, assez rares. La fin du XIX^e siècle a déjà vu se transformer radicalement la transmission des informations par le développement massif de la presse. Jusqu'en 1935, c'est l'information par la presse écrite qui passe. Après 1935, c'est l'apparition de la radio qui contrebalance la presse écrite. Après la guerre, c'est la radio qui prend vraiment le pas, parce que, pendant quatre ans, on a été privé d'autre information écrite valable, et, par la diffusion des petits postes de récepteurs, rendue possible grâce aux transistors. Ceux-ci ont démontré le 13 mai 1958 et en mai 1968 l'impact extraordinaire de la radio sur les événements.

Tout en restant l'un des plus puissants moyens d'information, la situation de la presse s'est pro-

fondement modifiée. Son développement quantitatif est stoppé, la presse d'opinion a tendance à disparaître, la centralisation et le monopole prennent le pas sur le pluralisme...

Après la radio, c'est dans les années 1955-60 la diffusion très rapide de la télévision qui introduit un élément nouveau et combien puissant dans les moyens d'information. Mais les techniques audio-visuelles sont elles-mêmes en pleine évolution. Aujourd'hui, déjà, les satellites permettent la diffusion des programmes sans limites ni frontières. Demain, la réception directe, non de deux ou trois émissions, mais de dix et plus, devient possible. L'installation dans les villes de réseaux par câbles permettra des émissions localisées à des quartiers et des cités, et comme pour le téléphone aux communications audio-visuelles de passer dans les deux sens. Pendant ce temps, les vidéo-cassettes sont au seuil de leur commercialisation, et connaîtront bientôt, à l'instar des disques et des mini-cassettes, une diffusion massive.

Il faut pourtant souligner que la mise en œuvre de ces différentes techniques ne les annule pas les unes des autres. Il ne s'agit pas non plus d'une simple addition des moyens. La presse doit tenir compte de la radio et de la télévision et réciproquement.

Les moyens d'information n'ont pas la même utilité. Ils ne sont pas de qualité égale selon les besoins d'information.

Il y a d'abord un problème de rapidité. Ainsi, pour les hebdomadaires, un événement tel que la guerre de six jours entre Arabes et Israéliens qui démarre un lundi et se termine le vendredi, se produit entre deux « Express » et deux « Nouvel Observateur », et les exclut pour annoncer la nouvelle. Longtemps, le quotidien avait le privilège d'intervenir au jour le jour, c'est-à-dire au moment même où des événements sont en train de se produire. Cela le conduit souvent à laisser de côté des nouvelles qui ne sont plus très fraîches; ainsi, pour une grève ou un résultat d'élection signalé quelques jours en retard. Mais, le quotidien ne peut plus concurrencer la radio et la télé. On n'achètera plus le journal pour connaître le résultat des 100 m aux Jeux Olympiques de Munich si la télévision et la radio transmettent l'image d'une façon instantanée. Il y a par conséquent une part d'information qui n'est plus à la disposition de la presse écrite. Le quotidien est en train de faire une chute hors du monde de l'information parce que son rythme n'est pas celui de la radio et de la télévision. Cette concurrence conduit souvent la presse écrite à vouloir rivaliser avec la télé ou la radio en répondant tout de suite à la curiosité éveillée par la radio ou une rumeur. On vise à sortir tout de suite l'édition sans avoir le temps de disposer de l'information. On fait un gros titre pour attirer le client, mais l'information attendue fait défaut.

Mais il ne suffit pas d'ingurgiter un peu plus d'audio-visuel pour se dispenser de la presse écrite. On se satisfait de quelque chose d'autre, mais dans de nombreux domaines l'audio-visuel ne peut pas

compenser ou remplacer l'information de la presse écrite. Si l'on prend le nombre d'exemplaires vendus, il n'a pas diminué, au contraire. Dans la situation actuelle (la possibilité technique de décentralisation des émissions pourrait la modifier), la télé et la radio ne peuvent couvrir toutes les nouvelles et événements dont certains sont de portée locale. Elles ne peuvent surtout pas donner les détails. La presse écrite est de plus en plus là pour ceux qui veulent en savoir plus.

La grève de « Sud-Ouest » a montré que l'absence de presse quotidienne était une gêne en raison des informations dont les gens ont besoin chaque jour. Ainsi, les heures de la marée, le programme des cinémas, ce qui se passe dans la région. Tout un domaine de la vie sociale et économique s'est trouvé d'un coup désaffecté faute d'information, depuis les salles de cinémas jusqu'aux grands magasins, en passant par les manifestations sportives. Cela est surtout vrai pour la vie régionale.

Pour avoir l'impression de participer à un événement, rien ne vaut l'image. L'utilisation de l'image, du son, du commentaire, donne mieux que n'importe quel autre support à celui qui est à l'écoute le sentiment d'être lui-même présent. Il aura l'impression de « l'avoir vécu ». Les prises directes, sur le vif, ne peuvent être égales par la presse écrite. Un reportage audio-visuel sera toujours plus vivant qu'un reportage écrit.

Par contre, le débat politique et social ne peut pas passer uniquement à travers des tables rondes télévisées ou la radio. Si bien réussis qu'ils soient, ils n'ont pas la valeur éducative et de réflexion qu'ont les débats à travers la presse écrite, non seulement dans les colonnes d'un journal où plusieurs personnalités vont pouvoir se répondre l'une à l'autre à travers des articles et des chroniques, mais aussi dans la confrontation entre journaux d'opinions différentes. Dans ce domaine, la radio et la télévision laissent le plus souvent l'auditeur et le spectateur sur leur faim, avec le sentiment d'être frustrés d'une possibilité d'expression. La possibilité visant directement à l'information de l'opinion à travers la presse se perd et provoque des réactions sous la forme de contre-information et de contre-journaux.

Ainsi, les différents instruments d'information auront à tenir compte les uns des autres et à trouver leur utilité et leur fonction spécifique.

Si la radio et les transistors se trouvent mieux placés en ce qui concerne la rapidité, la télé donne davantage l'impression de participer à l'événement; le quotidien est mieux adapté à renseigner ses lecteurs sur les données concrètes et précises de la vie sociale, l'hebdomadaire peut prendre plus de recul pour analyser les faits.

Mais les frontières d'une technique à l'autre ne sont pas tranchées et ne partagent pas les domaines respectifs de chacun. La création de nouveaux instruments d'information provoque obligatoirement une concurrence entre eux, mais aussi une recherche de complémentarité.

la presse écrite

L'histoire de la presse est déjà longue. Il ne peut être question pour nous dans ce rapport d'en relever même l'essentiel. Résultat, parallèlement à l'alphabétisation, du progrès technique de l'imprimerie et des évolutions technologiques, la Presse est un fait politique par les possibilités d'accélérer et de multiplier les communications, et par le fait que ces possibilités sont largement accaparées par les forces capitalistes.

La lutte pour la liberté d'expression a accompagné le développement de la presse. Mais cette notion de liberté a souvent été associée à la « liberté d'entreprendre » chère aux capitalistes, et c'est ainsi que le capitalisme a assimilé la liberté d'expression à ses règles de développement.

Le problème de la liberté de la presse est toujours posé.

Albert Camus disait : « La presse, lorsqu'elle est libre, peut être bonne ou mauvaise, mais assurément, privée de liberté, elle ne peut être que mauvaise. »

Comment la question se pose-t-elle aujourd'hui ?

La presse écrite est-elle libre ?

Peut-elle le rester ?

Y A-T-IL CENSURE ?

Il faut d'abord préciser ce que nous mettons sous ce mot. Lorsque nous parlons censure, nous entendons l'intervention directe de l'Etat dans l'information, par la voix d'un censeur qui est chargé, dans les rédactions, d'indiquer ce qui doit être écrit ou non dans le journal.

Si l'on devait tracer la liste des pays dans le monde où la censure existe et ceux où elle n'existe pas, la première serait la plus longue. On y trouverait les pays à démocratie populaire, la plupart des pays du tiers-monde, car dans les deux cas

l'information a moins pour but de dire le réel que d'enseigner les masses et de les entraîner à adhérer à la transformation de la société réalisée par le pouvoir en place. Nous y trouverions la Grèce, depuis que les colonels ont pris le pouvoir, l'Espagne et le Portugal, et la majorité des pays d'Amérique latine.

Pour ce qui est de la France, la censure n'existe plus depuis une loi que nous rencontrons souvent sur les murs, avec la « Défense d'afficher selon la loi du 29 juillet 1881 ». Cette même loi a supprimé en même temps la censure et l'autorisation préalable de paraître. Avant, il n'était pas possible de sortir un journal sans l'accord du gouvernement en place. Par la suite, le dépôt de cautionnement représentant une somme équivalente à la valeur de trois amendes successives en cas de poursuite, et le droit de timbre prélevant 30% de recettes du journal, ont été supprimés. Il ne s'agit évidemment que de la presse et non de la télé ou de la radio.

Mais la censure a été rétablie à plusieurs reprises : durant la guerre de 14-18, la guerre 40-45 et en mai-juin 58.

LIBERTÉ THÉORIQUE

Mais dans les faits, la liberté d'expression reconnue politiquement et juridiquement est assimilée à la liberté d'entreprendre. Un journal et la presse sont d'abord une entreprise et procèdent comme les autres entreprises des principes capitalistes. Lancer un journal, c'est créer une entreprise capitaliste qui exige d'importants capitaux.

Cela est tout particulièrement vrai pour les quotidiens qui représentent la part la plus importante de la presse. Sur 15 500 à 16 000 publications recensées en France, il n'y a que 94 quotidiens. Chacun est pourtant libre (en principe) d'en créer un.

Cela nous amène à traiter des conditions écono-

miques de la presse et de ses possibilités pratiques d'existence.

L'exemple des quotidiens est à ce titre intéressant.

Ceux-ci, malgré leur faible nombre, emploient plus de la moitié des 12.400 journalistes qui possèdent la carte professionnelle. Ils consomment plus de la moitié du papier journal français, et sur un tirage annuel qui est de l'ordre de 7 milliards et demis d'exemplaires, les quotidiens font à eux seuls plus de la moitié, avec 3 milliards 700 millions d'exemplaires.

S'ils ne sont que 94 en chiffres, les quotidiens représentent un certain poids. Ils interviennent avec la télé et la radio, au jour le jour dans les événements. Cette course à la montre d'un journal nécessite des moyens en personnes et en matériel qui font des quotidiens une industrie. **France-Soir** emploie 1.750 personnes, **Le Monde** dépasse 1.000 employés, **Le Figaro** fait 1.200 personnes. Chaque quotidien est déjà une petite usine. Il faut du matériel. Pour sortir un journal comme **La Croix**, il faut 30 linotypes. Une ancienne machine coûte 70.000 à 120.000 F; les nouvelles 700.000.

Lancer un journal, c'est d'abord posséder des capitaux pour pouvoir le sortir. Il faut au minimum 40 millions. Mais l'essentiel pour un journal, c'est de durer. Comment un journal assure-t-il son équilibre ?

VENDU MOINS CHER QU'AU PRIX COUTANT

Sur le produit de sa vente aux lecteurs ?

C'est faux ! Le prix de revient d'un journal est supérieur à son prix de vente. Le prix de revient est variable, le papier entraîne une grande part des dépenses. Ce papier peut être demandé par la publicité, mais c'est alors avant tout une source de recette.

On estime à peu près à 1 F le coût moyen d'un exemplaire de quotidien. Mais il faut savoir que sur 70 centimes laissés au kiosque par le lecteur, il n'en rentre que 50 dans la caisse du journal. Il y a un trou qui varie de 40 à 50% entre la somme dépensée et la somme perçue. Un journal est un des rares produits qui est vendu moins cher qu'il ne coûte à fabriquer. Alors, comment faire ?

C'est là que la publicité intervient. Voici quelques chiffres :

	Recette de vente	Recette de publicité
Le Figaro	22%	78%
Le Monde	36%	64%
France-Soir	43%	57%
La Croix	91%	9%
L'Humanité	90,75%	9,25%

VENDU 2 FOIS

On se rend compte que le journal est un produit qui se vend 2 fois et simultanément. Une première fois comme contenu informatif au numéro, une deuxième fois à des industriels en quête de marché.

Mais cette quête de marché cherche le rendement et fait que la publicité va vers la plus grande audience, c'est-à-dire au titre leader, en tenant compte de la catégorie sociale visée.

Les sommes provenant de la publicité sont énormes et inégales. Ainsi, en 1970, **Le Figaro** a vendu en moyenne 430.000 exemplaires et perçu 162 millions de recettes publicitaires brutes. **Le Monde** a diffusé en moyenne 360.000 exemplaires et a perçu 76 millions 380.000 F de recettes publicitaires brutes. **La Croix** a diffusé chaque jour 133 000 exemplaires et a perçu 2 100 000 F de recettes publicitaires. On s'aperçoit que la publicité a versé par acheteur 376,10 F pour **Le Figaro**, 212,10 F pour **Le Monde**, 15,80 F pour **La Croix**. Ainsi, **Le Figaro** a perçu 77 fois plus de recettes publicitaires que **La Croix**. Etant donné ces différences, tôt ou tard le journal le plus riche sera conduit nécessairement à résorber le journal le plus faible.

L'Humanité connaît, du fait de cette situation, de telles difficultés qu'elle a été conduite à prendre des mesures urgentes dont Etienne Fajon parle dans **L'Humanité** du 16 juin 72.

En province, cela s'est déjà produit, et la concentration s'est largement réalisée.

Il y avait en France, en 1892, 414 quotidiens; il en restait 349 en 1914, 236 en 1938, 203 à la Libération et 94 actuellement. 94 quotidiens si l'on compte tous les titres pour une unité.

Mais dans la région Rhône-Alpes, 7 titres sont réalisés depuis 1966 par une seule équipe, car l'agence A.I.G.L.E.S. couvre **Le Progrès de Lyon**, **Le Dauphiné Libéré**, **L'Espoir de St-Etienne**, **La Dépêche de St-Etienne**, **La Tribune de St-Etienne**, **La Dernière Heure Lyonnaise** et **L'Echo-Liberté**. Dans l'Est, **L'Est-Républicain** rassemble **Les Dépêches**, **Le Comtois**, **L'Ardennais**, **Le Haut-Marnais**, et **Le Bien Public**.

Si nous faisons ainsi le tour de France, il ne reste que 20 à 25 quotidiens ayant en province la possibilité de subsister.

Dans la société capitaliste, ce processus qui fait que par la publicité seuls les journaux leaders pourront survivre, ne peut que s'aggraver.

A terme, cela nous amène au journal unique, c'est-à-dire un journal par région, et peut-être au journal gratuit ou presque, ce qui affaiblira encore la position du lecteur.

Ce phénomène n'est pas unique à la France ou aux quotidiens. Aux Etats-Unis, il existait 3 grands magazines style « Match » : **Life**, **Look** et **Post**.

Post diffusait à 6¼ millions d'exemplaires, mais se trouvait derrière **Look**, 7 millions, et **Life**, 8 millions. **Post** a vu son nombre d'annonces tomber de 4 400 en 1950 à 408 en 1968 et le journal est mort. Il reste actuellement un seul magazine, **Life**, lequel a diminué sa diffusion de 8 à 5 millions, ayant autant de

recettes publicitaires à 5 qu'à 8 tout en imprimant beaucoup moins de papier.

En France, la publicité à la télévision vient compliquer les choses. Introduits sur l'antenne à raison de 2 minutes par jour, puis 10, puis 13, la télé a pris sur le gâteau total de la publicité 430 millions en 1970, 500 millions en 1971, soit 10% des dépenses publicitaires. La télé est déjà le support n° 1 de la publicité et la presse s'en trouve touchée.

QU'EN EST-IL DE L'AIDE DE L'ÉTAT ?

L'Etat accorde une aide au papier. Mais elle a surtout pour but d'aligner le prix de revient du papier fabriqué en France sur les cours mondiaux et constituant surtout toute une aide à l'industrie papetière et à la forêt française. Elle intervient évidemment plus pour les journaux qui impriment beaucoup de papier, donc beaucoup de publicité.

Les journaux sont transportés par les P.T.T. et la S.N.C.F. à prix réduit, et l'Etat comble de ce fait le manque à gagner. Il est évident que l'aide est plus substantielle pour les titres les plus lourds, ceux qui impriment plus de publicité. Ainsi, **L'Express** atteint souvent 65% de sa surface imprimée en publicité, la limite de l'aide de l'Etat étant fixée à 66%. Ce sont encore ceux qui profitent le plus de la publicité qui sont les plus aidés.

L'Etat exonère d'impôts sur les bénéfices les entreprises dans la mesure où ceux-ci sont réinvestis dans les 5 ans qui suivent. Ce sont toujours les journaux à grande publicité qui en bénéficient.

L'INDÉPENDANCE DES JOURNALISTES

Dans la situation actuelle, le journaliste, pour défendre sa liberté, est constamment acculé au choix « se soumettre ou se démettre ». Se démettre, c'est le plus souvent l'abandon du métier. Cela a conduit les journalistes à se battre pour renforcer leur protection face à leur patron, par exemple en accroissant les équipes rédactionnelles.

De telles batailles ont été livrées dans certains journaux (**Le Figaro**, **Le Monde**)... et ont débouché sur la création d'associations de journalistes essayant de conquérir quelques libertés sur la ligne rédactionnelle du journal.

Le problème du rôle et du pouvoir des journalistes et des équipes rédactionnelles est posé. Le rôle du rédacteur n'est pas seulement de recueillir et de transmettre l'information, il est aussi sélectionneur et médiateur. En effet, les journalistes reçoivent 10 fois plus d'informations qu'ils ne peuvent en passer. Ils sont donc obligés d'en écarter la plupart. C'est à ce niveau que s'opère une sorte d'auto-censure. Mais le rôle du journaliste consiste aussi à faire le commentaire de l'événement, et donc à le situer dans une analyse d'ensemble.

L'existence d'équipe rédactionnelle peut parfois créer une dualité entre le patron du journal et les

journalistes. Mais dans des situations graves, concernant par exemple la survie économique du journal, le pouvoir déterminant reste celui du propriétaire.

LE RÔLE DES LECTEURS

Mais quel qu'il puisse être, un contre-pouvoir rédactionnel ne règle pas le problème du droit et du respect du lecteur.

Ignorés ou mal connus, ou courtisés, les lecteurs ont-ils en acceptant ou en refusant d'acheter la publication qu'on leur propose, le rôle déterminant sur le contenu de l'information que certains leur prêtent ?

La réalité est moins simple. L'organe de presse fait seul entendre sa voix, sans que le lecteur puisse vraiment répondre. L'organe de presse ne redoute, en fait, son client que lorsqu'une menace pèse sur ses habitudes : augmentation du prix de vente, concurrence des autres moyens d'information, récession de la publicité, etc.

Ainsi, les conditions de fonctionnement économique et l'intervention de l'Etat favorisent les plus gros titres, et contribuent à accélérer le processus de concentration et de monopolisation de la presse.

A terme, cela mène dans les régions au journal unique et au plan national à la survie très difficile ou à la disparition de journaux d'opinion.

D'une façon générale, les quelques journaux d'opinion subsistant au plan national connaissent de très graves difficultés. C'est ainsi que **COMBAT** survit avec beaucoup de peine. **LA CROIX** enregistre un déficit important, et le 3 octobre 1972 le P.C. déclare que pour **L'HUMANITÉ** les difficultés financières sont telles que le journal serait contraint à bref délai, sauf renversement de la tendance, à une diminution de pagination.

A côté de la main-mise de l'Etat sur les supports audio-visuels, nous vivons bientôt dans un système de journal unique et de monopole de la presse.

AUTO-CENSURE

Si la censure, c'est-à-dire l'intervention d'un représentant de l'Etat dans les rédactions, n'existe pas en France, cela ne veut pas dire que n'importe quelle information peut passer dans n'importe quel journal.

Dans certains cas, les choses sont claires. Ainsi, pour **L'HUMANITÉ**, on sait a priori qu'il faut l'accord du parti communiste sur tous les articles. L'exemple que nous avons donné sur la façon de reproduire des extraits d'Edmond Maire à l'A.F.P. sur le programme commun (**HUMA** du 17 août 1972) est significatif. Seul, ce qui peut favoriser l'unité est repris adroitement par le rédacteur. Mais il n'y a pas de trafic sur l'étiquette : le rédacteur et le lecteur de **L'HUMA** savent que l'information donnée par le journal tient compte des orientations et des intérêts du P.C.

Quand **L'HUMA** reproduit une déclaration d'un responsable de la C.F.D.T. ou donne un commentaire

d'une grève, nos militants auraient tort de le prendre comme argent comptant.

Toute information s'inscrit obligatoirement dans une analyse de la situation. Toute rédaction introduit dans la reproduction d'une information une médiation. Informer, c'est mettre en forme, et cela à partir de l'orientation politique et de la perception de la situation de la rédaction ou du rédacteur.

Il en résulte une auto-censure provenant du choix politique du journal ou du journaliste.

A cette auto-censure d'ordre politique s'ajoute celle provenant de la contrainte économique dans le système capitaliste. Dans le domaine de la presse comme ailleurs, c'est celui qui dispose des capitaux, donc, qui « paie », qui commande.

L'intervention de la publicité dans le financement de la presse est d'autant plus important. Au-delà du fait que la publicité est elle-même une information dans la mesure où elle véhicule le modèle de civilisation et de société, la plupart des journaux ne vivent que par elle. Le journal dont l'équilibre financier, dépend de la publicité est obligé de tenir compte des intérêts de ceux qui lui assurent ainsi la survie. Or, il s'agit des intérêts des capitalistes, et cela est encore plus vrai pour les journaux régionaux, car ces intérêts ne sont plus directement ceux des industriels et des commerçants de la place.

Cette situation amène souvent les rédacteurs à écrire certaines choses et pas d'autres. Mais il y a aussi tout ce qui, dans la traduction, est lié à la vie économique d'un journal dont il faut assurer le maximum de diffusion, quitte à laisser l'information à l'arrière-plan au profit d'un titre accrochant les lecteurs.

Longtemps, les journalistes, jaloux de leur indépendance, se sont assimilés aux professions libérales. Jusqu'en 1950, un journaliste, ou l'équipe de rédaction, qui était en désaccord avec son patron, avait de grandes facilités pour changer de journal. Aujourd'hui, les journalistes connaissent la même insécurité d'emploi que les autres salariés. Les contraintes sont de plus en plus fortes, et le journaliste, obligé de s'accrocher à son gagne-pain, ne dispose plus de la même indépendance. Cela conduit à une auto-censure provenant de l'intérêt personnel du journaliste.

Ainsi, cette liberté d'expression affirmée avec force dans les principes, est largement mise en cause dans les faits par les conditions économiques des journaux et la situation sociale faite aux journalistes.

Cette situation, conduisant la presse vers la concentration et le monopole contrôlé par la puissance capitaliste, s'inscrit d'ailleurs parfaitement dans le fonctionnement de la société capitaliste.

En fait, la possibilité des lecteurs d'intervenir comme contre-poids face à la presse ou au corps constitué des professionnels, n'existe pas.

Pourtant, la centralisation des moyens, la monopolisation du pouvoir d'informer, accumule dans la population un potentiel de frustration, autant dans le domaine du droit à l'information que de celui du droit d'expression. Elle explique l'un des phénomènes le plus caractéristique et le plus positif de mai-juin 68 qui a conduit à libérer massivement l'expression individuelle et collective à travers les événements. Ce besoin de s'exprimer, ce sentiment d'avoir quelque

chose à dire est puissamment ressenti et se manifeste souvent dans les temps fort d'un conflit quand passagèrement l'imagination collective arrive à se libérer pour « prendre le pouvoir ». La presse, la télé et la radio ne répondent pas à ce besoin et contribuent au contraire à accumuler et à accroître cette frustration, car les quelques colonnes ouvertes aux lecteurs, ou les quelques possibilités d'appels téléphoniques laissées à l'élite ne sauraient répondre à l'importance et à l'acuité des besoins.

Cette frustration, les travailleurs la ressentent d'autant plus que l'information dispensée par les organes de presse est le plus souvent sans rapport avec la vie des travailleurs. La vie sociale dans l'entreprise, par exemple, n'apparaît dans les journaux qu'au moment des conflits, et des conflits exceptionnels.

NAISSANCE D'UNE CONTRE-PRESSE ?

Cette frustration de toute une couche de la population trouve parfois son côté positif.

Nous assistons depuis quelque temps à la naissance d'une « contre-presses » ou de ce qu'on appelle la presse underground. Le besoin d'expression refoulé essaie de se manifester tout particulièrement dans le milieu des jeunes et de parties de la population, les plus politisées. Beaucoup de ces journaux ou revues sont très politisés. A côté de quelques titres qui ont pris place parmi les périodiques (Tout, Actuel, Le Parapluie, Le Pop, L'Idiot Liberté), il y a prolifération de bulletins et de feuilles de chou de tous genres qui se réalisent avec les moyens du bord et sur le ton de la contestation. Parfois, comme pour le Klapperstein de Mulhouse, ou « Interpeller la Presse » à Grenoble, ces initiatives sont lancées pour prendre le contre-pied du monopole de la presse régionale. Mais le plus souvent, ces expériences de contre-presses restent éphémères.

Il en existe par contre une autre, permanente celle-là, dans les entreprises, à partir des tracts et des bulletins d'entreprise, des journaux syndicaux, de la discussion collective et de toutes les autres possibilités d'information que nous pouvons développer sur les lieux de travail. La véritable contre-information, celle qui peut être la plus efficace, c'est celle que nous pourrions développer nous-mêmes dans les entreprises.

L'analyse que nous faisons dans cette partie de notre rapport sur la presse écrite est incomplète. Elle a pour but d'introduire dans nos réflexions un certain nombre d'éléments nous permettant de dégager quelques gros problèmes face auxquels nous devons nous situer :

- Publicité et presse,
- Aide de l'Etat à la presse,
- Statut de la presse et du journaliste,
- Contre-information.

Aucun des problèmes que nous abordons n'est étranger à l'action syndicale dans la mesure où celle-ci est conditionnée dans son développement, de même que l'ensemble de la vie sociale par l'information, que la presse écrite qui constitue l'un des plus puissants moyens d'expression, dispense aux travailleurs et à l'opinion.

l'audio-visuel

Dans le domaine de l'information pris au sens large du mot, il est indéniable que l'audio-visuel joue un rôle de plus en plus important. Nous limiterons notre analyse à ce qui recouvre l'essentiel de l'information dans le domaine audio-visuel : la télévision et la radio, en laissant de côté des domaines liés plus étroitement à l'art et à la distraction, tels que le cinéma ou le théâtre.

L'audio-visuel ne prend pas seulement une part importante dans la transmission des informations, il crée aussi un besoin nouveau. Celui du son et de l'image s'inscrit dans les mentalités comme quelque chose d'impératif.

Dans l'état actuel des choses, l'audio-visuel est sous le seul contrôle de l'O.R.T.F. pour la télé, et partagé avec les postes périphériques pour la radio (encore que leur contrôle par l'Etat soit effectif).

A période régulière, mais notamment ces derniers mois, nous avons dénoncé la main-mise du pouvoir en place sur l'ORTF et l'emprise et l'appétit des forces capitalistes qui tournent autour.

Affirmer cela n'est pas suffisant si nous n'essayons pas, dans ce rapport, de donner quelques informations sur la manière dont cette emprise s'exerce; c'est-à-dire de tenter d'expliquer en quelques lignes ce qu'est l'O.R.T.F. et comment l'Office fonctionne.

L'O.R.T.F.

Une entreprise de 14.000 travailleurs permanents ayant un statut, auxquels se rajoutent les producteurs et les réalisateurs qui travaillent sous contrat en fonction des émissions.

L'O.R.T.F. (autrefois R.T.F.) a vécu pendant un certain nombre d'années alors que la radio était le service dominant. A l'âge de la télévision naissante (la période artisanale, disent les camarades de l'O.R.T.F.) ce service était le « petit » de la maison.

Aujourd'hui, la télé domine très largement l'Office. Les lignes politiques générales, les orientations sont prises d'abord en fonction de la télé.

L'information

Parler d'information amène à examiner en priorité les moments où radio et télé donnent un bulletin d'information et annoncent des nouvelles.

Les méthodes d'élaboration de ces bulletins d'information sont parfaitement classiques : dans les informations provenant de toutes les sources (agences de presse, communiqués, informations recueillies par les journalistes, etc.), le rédacteur en chef fait un tri et donne la matière brute aux journalistes chargés de la traiter.

La censure

Ici se pose tout naturellement le problème du choix et de la censure.

Du choix d'abord, à travers un volume éventuellement trop grand de ce qui mérite d'être donné comme information présentant un intérêt.

C'est la fonction du journaliste. Sa compétence et son honnêteté professionnelle sont alors seules en cause. Il est inutile en effet de s'arrêter sur la notion « d'objectivité ». L'appartenance à une catégorie sociale, à un courant de pensée, ainsi que divers autres facteurs, influent sur le choix.

Ce que nous disons sur l'objectivité ne veut en rien diminuer l'importance des règles d'honnêteté et de respect des personnes qui s'imposent à tout journaliste, comme à tous ceux qui transmettent des informations.

Objectivité voudrait dire dans l'absolu que tous les journalistes feraient naturellement les mêmes

choix sur ce qui mérite d'être diffusé comme information, et le présenteraient de la même manière.

La censure, de nature politique et idéologique, joue par contre un rôle réel différent suivant les époques et les supports d'information.

Déjà avant 1958, nous affirmions les journalistes, « on allait chercher les ordres au niveau du ministre de l'Information tous les matins ».

Si cela s'est poursuivi ensuite, la situation avait cependant changé dans la mesure où « les équipes gaullistes ont „pris le pouvoir“ à l'ORTF ».

Plus pernicieuse, la censure a moins besoin d'ordres directs et précis venant du gouvernement.

Le choix et la nomination des dirigeants de l'Office, des cadres, des journalistes connus pour leur opinion politique et leur dévouement à la majorité, jouent un rôle direct dans cette censure.

Cette situation n'est pas linéaire dans le temps et vécue de la même manière pour tous les supports de l'information.

Ainsi, après le licenciement massif des journalistes de la télé après mai - juin 68, a succédé une période de reprise en main au cours de laquelle la partialité de l'équipe de rédaction alliée à une certaine médiocrité était perçue du grand public.

A la tentative d'intégration de la classe ouvrière par Chaban-Delmas avec la « nouvelle société » a correspondu une tentative de libéralisation de l'O.R.T.F. en confiant une certaine autonomie à une équipe de rédaction composée de journalistes de talent non suspects de dévouement au régime.

Il est à peu près certain (les journalistes l'ont affirmé) que la rédaction du journal de la première chaîne était faite en toute indépendance.

Les sondages ont d'ailleurs montré que l'écoute était beaucoup plus importante que sur la deuxième chaîne.

Au coup d'arrêt donné par Pompidou à la nouvelle société de Chaban a correspondu naturellement la dislocation de cette équipe de rédaction trop « libérale ».

Au niveau des supports, les différences existent aussi. Les journalistes de la radio affirment être beaucoup plus libres que ceux de la télé.

De même, certaines émissions à caractère d'information sont parfaitement libres, et peuvent donner lieu à un long débat.

Ainsi récemment, à propos de l'attentat de Hassan II, toute une matinée de « France-Culture » a été consacrée au Maroc. Beaucoup de choses intéressantes ont été dites.

Mais qui écoute « France-Culture » dans la matinée ? Combien de gens ? De quelles catégories sociales ?

Ainsi la censure plus ou moins directe diffère suivant le temps, l'heure d'écoute, les événements, la masse et les catégories sociales touchées.

Le libéralisme, la liberté d'information, sont le phare derrière lequel se cache l'idéologie dominante pour masquer la réalité sociale.

Pour que la censure soit efficace, il ne faut pas qu'elle soit perçue. Généralisée, elle se priverait du plus grand nombre de journalistes choqués dans leurs fonctions professionnelles. Trop importante, elle risquerait d'être perçue par le grand public et ferait tomber le masque du libéralisme. Le dosage est donc savant.

A la reprise en main actuelle par l'Elysée correspond un petit bout d'expression accordée aux formations politiques de l'opposition.

Le mal le plus dramatique : l'autocensure

C'est ainsi que s'exprime un journaliste de l'O.R.T.F.

Le licenciement, la répercussion sur la carrière sont deux menaces constantes sur le journaliste. Il se produit alors (peut-on le leur reprocher ?) une certaine réflexion sur ce qu'il faut dire et ce qu'il vaut mieux ne pas dire.

Encore une fois il ne s'agit pas de généraliser. Des exemples sont là cependant :

Le journaliste qui avait décrit la réception des foules au voyage de Pompidou en Lorraine (y compris les cris hostiles et les trottoirs vides) a été touché l'un des premiers dans le récent licenciement.

Il y a quelque temps, un journaliste a été licencié car il avait passé une interview dans laquelle un jeune employait le terme « boucherie » en parlant de la guerre 14-18.

Les émissions

Parler de l'audio-visuel, et notamment de l'ORTF au seul niveau des journaux parlés et télévisés, ne reflète que d'une manière partielle l'information reçue par le public.

Dans un très grand nombre d'émissions, des informations sont données qui ne sont pas de même nature que la relation de l'événement qui vient de se passer.

Suivant les genres, ces émissions, sous des formes artistiques, techniquement agréables, peuvent apporter des informations permettant d'augmenter les connaissances économiques, culturelles, scientifiques, politiques, sociales, etc. de l'ensemble des auditeurs, élevant ainsi leur capacité de jugement sur l'ensemble des problèmes réels.

Ce devrait être le but essentiel de l'O.R.T.F. y compris dans sa mission de distraire.

En réalité, il n'en est rien. L'O.R.T.F. notamment dans les heures de grande écoute, présente généralement des émissions que l'on appelle pudiquement « neutres » et qui doivent « distraire ».

« Distraire » effectivement de tous les problèmes qui composent la réalité sociale de la majeure partie de la population.

Car la neutralité, dans ce domaine, n'existe pas. Il faut présenter des intrigues à très faible niveau culturel où les personnages et les situations créés sont le reflet d'une classe dominante et un modèle à imiter dans son comportement et ses valeurs.

Il s'agit de masquer toute la réalité sociale, la société capitaliste et ses rapports sociaux de production; il s'agit de faire oublier le peu que le bulletin d'information aurait été obligé d'apporter dans les minutes précédentes.

Encore une fois, le contre-point existe. Quelques bonnes émissions sont programmées, mais le plus souvent en dehors de grande écoute. Elles permettent la justification de libéralité, de diversité, de libre expression.

Tout le mécanisme est en cause

Producteurs, réalisateurs, monteurs, etc. sont-ils tous complices ?

Juridiquement, tout citoyen peut amener à l'O.R.T.F. une idée, un manuscrit, une œuvre dramatique.

Cette idée, cette œuvre sont examinées par un comité de lecture ou par un responsable de service.

Si elle est retenue, elle est soumise au directeur de chaîne, qui peut aussi la refuser ou la confier à un réalisateur qui va en faire une émission avec le service de fabrication. Enfin, elle sera programmée.

Dans la réalité, c'est tout autre chose.

Pour qu'une émission ait quelque chance de sortir, il faut avoir un nom, être « pistonné ».

Certains producteurs ont une série dont les émissions reviennent régulièrement (exemple : émissions scientifiques, magazines féminins).

La matière de chaque émission peut ainsi être amenée par quelqu'un d'autre (sous-traitée). On cite ainsi à l'O.R.T.F. un producteur d'une série qui se contente d'avoir un grand bureau... et des sous-traitants.

Aux barrages successifs qui empêchent beaucoup d'œuvres et d'idées originales ou intéressantes de « sortir » s'ajoute le fait qu'une grande partie du temps d'antenne est prise par des producteurs et des réalisateurs « accrochés » et qui « ne posent pas de problèmes ».

A cela vient s'ajouter tout ce qui a caractère de variétés et jeux, et les films achetés à l'extérieur.

Le barrage direct ne peut cependant pas être absolu. Ce serait trop voyant.

Un producteur et un réalisateur ont encore d'autres barrages plus subtils. Par le biais financier, on décourage les réalisateurs de donner un certain tonus à une émission.

Le nombre de jours et le personnel nécessaires à un type d'émission pour sa production (suivant un barème) sont réduits régulièrement depuis quelque temps. Ou alors on exige qu'une émission

soit faite en studio (vidéo), moins onéreuse qu'un montage film qui nécessiterait des reportages, interviews (ou autres) donnant une certaine qualité.

Ce blocage financier est moins voyant et plus commode que le blocage politique.

Une émission fabriquée peut ne jamais être programmée. On en a pas mal parlé ces temps derniers.

Le « coup de ciseau » est peu utilisé. Il n'a plus guère d'intérêt après tout cela.

Enfin, l'autocensure existe aussi. Un producteur, un réalisateur prennent toujours le risque de ne plus avoir de contrat. C'est donc tout un mécanisme subtil, diffus, qui pèse sur l'ensemble de l'O.R.T.F. et lui donne cette tonalité générale au service de l'idéologie dominante.

Les émissions régionales

Les problèmes qui se posent sur le plan national sont les mêmes pour les émissions régionales. Celles-ci sont devenues pour l'essentiel un moyen de faire passer l'idéologie dominante. Le jeu consiste à donner une place exagérée aux notables et aux représentants de la majorité et à les faire apparaître le plus souvent possible, à n'importe quelle occasion sur l'écran. La télévision régionale est devenue ainsi un instrument à faire valoir les personnalités du régime et les membres du gouvernement.

Les postes périphériques

Le contrôle du gouvernement ne s'étend pas aux seules émissions radiophoniques de l'O.R.T.F. A partir d'une persévérante et progressive politique, le gouvernement a pris le contrôle sur tous les postes périphériques. Depuis 1968, le caractère indépendant de ceux-ci est très discutable et nous sommes, aujourd'hui, environnés de postes d'émissions de radio en langue française largement inféodés à la propagation de l'idéologie dominante.

L'IMPACT DU MESSAGE AUDIOVISUEL ET SON ENJEU

Sauf quelques rares exceptions et sur des sujets limités, le message audio-visuel est actuellement à sens unique.

Moyen d'information et de « culture » de masse, il est parfaitement logique que son contrôle soit l'objet d'une lutte idéologique intense.

Le message audio-visuel doit pouvoir être considéré dans le rôle qu'il joue, à la fois comme moyen nouveau, massif, à grande pénétration, et dans la société capitaliste marquée par la lutte des classes.

En tant que moyen de masse, il est susceptible de modifier les comportements et de niveler les mentalités, tant qu'il est totalement entre les mains de la classe dominante.

On peut penser que le paysan et le travailleur, déjà d'un certain âge, sont peu enclins à une lecture assidue, ne serait-ce que par la nature du travail effectué et la faible ouverture à la connaissance et la curiosité que donnent les schémas tout faits de l'Éducation nationale.

La télé, notamment, est susceptible en soi de permettre massivement un extraordinaire éveil de la curiosité sur l'ensemble de ce qui régit la vie dans tous les domaines, aussi bien scientifique, écologique, que politique, économique, social.

Cet éveil à la curiosité, ce moyen extraordinaire de comprendre et de juger, serait, s'il était utilisé dans ce sens, l'un des moyens les plus puissants au service d'une démocratie véritable.

Vu la situation, il est actuellement un moyen puissant pour maintenir idéologiquement le système en place.

Il y a pourtant des moments, des événements où la classe dominante a vu ce pouvoir lui échapper. Ainsi, en mai-juin 68, le transistor a joué un rôle déterminant dans l'extension du mouvement en donnant l'information instantanée des événements.

Pendant un temps, relativement court, l'information a été totalement libérée. La réaction est vite venue et aujourd'hui toutes les dispositions sont prises pour que cela ne puisse pas se reproduire.

Les radios périphériques, déjà entre les mains de capitaux privés ayant les mêmes intérêts que le pouvoir, sont, en plus, contrôlées financièrement par le gouvernement.

Lors d'une situation sociale tendue, les émissions télé peuvent être assurées uniquement à partir d'un studio blindé au pied de la Tour Eiffel. Un réseau de diffusion parallèle par l'armée existe.

Il est clair qu'au niveau tactique pour les situations de lutte ouverte, comme au niveau idéologique en permanence, la classe dominante prend toutes les dispositions pour contrôler tous les moyens de production et de diffusion de masse des messages audio-visuels.

L'évolution technique peut-elle apporter un bouleversement ?

Dans les dix ou vingt prochaines années, les nouvelles techniques vont assurer un essor très important à l'ensemble des moyens audio-visuels.

Les satellites

C'est d'abord la couverture de la quasi-totalité du globe terrestre par des satellites géo-stationnaires situés sur le plan de l'équateur et ayant la même vitesse de rotation que la terre.

Actuellement, ces satellites assurent les liaisons téléphoniques et les retransmissions d'émissions de télévision au niveau mondial. Pour ce faire, ces émissions sont captées par une antenne puissante

(en France : Pleumeur-Bodou), qui les renvoie au réseau national.

Cette situation n'est pas définitive : des satellites de distribution permettront à des stations au sol de moindre importance, par exemple au niveau d'une ville, et à terme, d'un particulier, de recevoir et de retransmettre les émissions.

Cela veut dire que le monopole de l'O.R.T.F., tel qu'il est conçu aujourd'hui pour la diffusion (sauf quelques régions frontalières) n'aura plus le même sens. Chacun pourra prendre des émissions en provenance de nombreux pays (avec l'inconvénient de la langue).

Des projets de satellites « régionaux » existent, au niveau de l'Europe, entre la France et les pays francophones, entre la France et le Canada.

Au niveau mondial, des satellites à titre d'éducation existent ou sont en projet pour les pays sous-développés. Un projet indien, par exemple, doit être mis en service fin 1973 avec des satellites américains. Mais qui assurera la production ? Avec quel programme ?

La distribution par câbles

Deuxième innovation technique : la télévision par câbles.

Le principe technique est un réseau de câbles à l'échelon d'une ville. A partir d'une station centrale, le réseau dessert tous les abonnés. Il peut donc déjà, comme maintenant, assurer la diffusion de la télé nationale ou régionale, arrivant par voie hertzienne (avec l'inconvénient de l'antenne en moins).

Mais l'intérêt n'est pas seulement là. Il permet d'organiser dans de très bonnes conditions des émissions locales et surtout ce réseau permet techniquement (avec un matériel de production léger) un véritable aller-retour permettant à un individu (un responsable local par exemple) de s'adresser aux autres sur un canal local réservé à cet effet.

Cette disposition peut modifier considérablement le phénomène de « sens unique » existant actuellement. On peut penser à tout l'intérêt d'un tel réseau dans une commune autogérée.

Cette télé-distribution est déjà développée aux Etats-Unis et au Canada avec des programmes locaux. En France, aucune expérience n'existe, mais des villes nouvelles comme Cergy-Pontoise, ou d'autres comme Grenoble, préparent ou envisagent des réseaux de câbles.

Actuellement, du point de vue juridique, il y a un régime d'autorisation provisoire pour la transmission par câbles qui relèvent conjointement de l'O.R.T.F. et des P.T.T., à condition que ce réseau soit géré par la municipalité et que les seuls programmes diffusés soient ceux de l'O.R.T.F. Ainsi, l'O.R.T.F. garde pour l'instant le monopole des programmes télévisés. Mais ce monopole ne s'étend pas au domaine des propriétés privées. Ainsi un patron pourrait très bien diffuser son programme propre au niveau d'une grande entreprise. Certaines grandes entreprises y pensent.

La vidéo-cassette

A partir d'un appareil d'enregistrement (magnétoscope, caméra super 8), il est possible d'obtenir une cassette que l'on repasse pour la vision sur un poste de télévision.

C'est l'équivalent de la cassette pour le magnétophone.

En dehors de l'utilisation en circuit fermé, la particularité de la vidéo-cassette réside dans sa commercialisation.

Compte tenu du coût du récepteur et des difficultés pour trouver une standardisation ainsi que de la cassette, un vaste marché n'est pas encore envisageable immédiatement, mais il s'ouvrira sans aucun doute dans les cinq prochaines années.

Cependant les sociétés capitalistes ne prennent pas de retard. Ainsi, l'O.R.T.F. a passé un accord avec le groupe Hachette, qui représente un énorme potentiel de distribution.

La production de l'O.R.T.F., le stock constitué, pourraient être ainsi commercialisés sous forme de vidéo-cassettes. Il est vrai qu'il faudrait régler les problèmes juridiques et commerciaux avec les auteurs puisque les conventions actuelles ne permettent que la diffusion par voie hertzienne.

Compte tenu des moyens financiers à mettre en œuvre, on peut penser que la production de masse de vidéo-cassettes (quand la diffusion de masse sera possible), restera dans les mains de grandes sociétés capitalistes, avec une qualité de programmes qui n'aura rien à envier à celle de la télé actuelle.

Comme pour la presse, il est utopique de penser à un réseau parallèle. Quelle sera également l'in-

fluence de la publicité ? Quelques salons de coiffure parisiens utilisent ainsi des vidéo-cassettes pour leurs clientes, entrecoupées de spots publicitaires.

L'utilisation à court terme et même dès aujourd'hui, est parfaitement envisageable au niveau d'une collectivité, le coût n'étant plus mesuré de la même manière.

Pour l'organisation syndicale, il est important de s'y pencher avec attention.

Dès à présent, l'impact et la force de pénétration des messages audio-visuels sont immenses. Nous ne sommes pourtant qu'au début de leur développement. Des moyens techniques, tels que les émissions par satellites ou par câbles, et la diffusion de masse des vidéo-cassettes amplifieront d'une façon considérable l'influence et le rôle de ce moyen d'information dans les relations sociales et la vie économique et politique et internationale.

Comme pour la presse, se posent les problèmes de la liberté d'expression, de l'auto-censure (d'une façon plus concrète de la censure, car dans ce domaine elle existe dans notre pays), de l'indépendance et de la sécurité des journalistes et des réalisateurs, de la possibilité d'une expression pluraliste, du rôle de la publicité, de la centralisation et de la monopolisation des moyens par les forces dominantes.

Fin mai 1968, nous avons trop senti combien le cours des événements peut être modifié par l'utilisation de ces puissants moyens que sont la télévision et la radio pour ne pas être conscients de l'enjeu stratégique qu'ils représentent. Mais les forces capitalistes le savent autant que nous. C'est pourquoi la presse écrite et l'audio-visuel sont tout autant des terrains de lutte des classes.

3

l'information : terrain de lutte de classe

SUR le terrain de l'information, les forces capitalistes sont particulièrement bien placées. Elles accaparent par différents moyens les techniques de transmission des messages, soit par la mainmise des capitaux privés sur les entreprises productrices d'information, soit par l'intervention déterminante de la publicité dans leur possibilité d'existence et de survie, soit par le monopole de l'Etat sur les grands instruments publics d'information. C'est un terrain sur lequel les forces dominantes développent leur position de force face aux forces anti-capitalistes. Très important dans la lutte de classe, il doit devenir un terrain sur lequel cette lutte de classe doit se manifester.

Nous ne pouvons pas rester passifs face au gigantesque processus de domination et d'aliénation qui se met en place à travers les moyens modernes d'information. Nous ne pouvons pas nous contenter de développer nos propres moyens au maximum à partir de l'action et des luttes syndicales dans les entreprises.

Nous devons prendre position face aux réalités de l'information telle que les travailleurs la subissent d'une façon quotidienne aujourd'hui, et nous devons en même temps réfléchir sur ce que l'information pourrait être dans une société socialiste autogérée.

Mais dans notre action, nous devons distinguer nos positions et nos objectifs d'aujourd'hui des perspectives pour demain. Les uns doivent tenir compte des réalités dans lesquelles nous sommes insérés, les seconds doivent modifier fondamentalement ces réalités.

L'INFORMATION DANS UNE SOCIÉTÉ SOCIALISTE AUTOGÉRÉE !

Aux réalités d'aujourd'hui, nous devons opposer un projet cohérent s'inscrivant dans nos perspectives de société socialiste autogérée. Que pourrait-il être ?

Le problème de l'information est lié à celui de l'enseignement et de la formation. Dès à présent d'ailleurs, l'enfant reçoit plus d'informations et de connaissances de l'extérieur que de l'école. Pour l'adulte, c'est par l'information bien plus que par l'école (on commence à peine à mettre en place quelques éléments de formation permanente), qu'il reçoit les données qu'il peut intégrer dans son jugement, dans sa compétence et dans sa culture.

De même que pour l'enseignement, la diffusion de l'information ne peut rester aux mains des intérêts privés.

Il faut donc socialiser les moyens de production d'information et parmi les domaines à transférer du secteur privé au secteur socialisé, celui de l'information a une priorité stratégique évidente qui doit s'inscrire dans les premières mesures de transition vers une société socialiste.

Mais il ne peut s'agir, comme pour l'enseignement, d'un service d'Etat, monopolisant toutes les possibilités au service du pouvoir central.

— L'un des principes de base auxquels nous sommes attachés dans ce domaine étant celui de la liberté d'expression individuelle et collective, il faut

que les possibilités d'expression pluraliste soient largement assurées.

Cela ne peut être le cas que dans la mesure où l'accès des individus et des collectivités aux moyens d'expression serait vraiment démocratisé.

Il ne s'agit pas seulement de garantir la liberté d'expression, dans les principes, par la loi, mais de l'assurer dans les faits en lui procurant les possibilités concrètes et surtout économiques de réalisation.

— Cette liberté d'expression, qui doit pouvoir disposer de supports techniques, nous voulons qu'elle puisse se manifester et s'exercer à partir de la base, c'est-à-dire des échelons de vie sociale tels que l'entreprise, la localité, notamment à partir de la vie des collectivités. Toute centralisation va à l'encontre de cette possibilité. Dans la société démocratique et autogérée que nous voulons promouvoir, les structures d'information doivent être décentralisées pour tenir compte des différents échelons de la vie sociale.

— Libérés de la mainmise des capitaux privés par l'appropriation sociale, les moyens de production d'information doivent, tout autant que les autres moyens de production, s'insérer dans un système d'autogestion.

Les grands services d'information qu'il faudrait mettre en place doivent être la propriété de toute la nation. Ils ne peuvent, de ce fait, être gérés par les seuls producteurs, comme les autres entreprises de production, et nécessite un processus d'autogestion plus complexe, dans lequel les usagers, à travers les réalités de la vie collective aux différents niveaux, doivent pouvoir intervenir en même temps que ceux qui en assurent le fonctionnement.

Dans une société socialiste autogérée, c'est le peuple qui doit avoir la parole. Le peuple, c'est toute l'expression individuelle et surtout collective. Le rôle des services d'information ne sera pas de prendre la place du peuple, mais d'aider les personnes et les collectivités à s'exprimer et de donner à tous ceux qui ont quelque chose à dire la possibilité technique de le faire.

Il nous faut réfléchir, dès à présent, sur ce que pourrait être ce grand service public d'information décentralisé, autogéré, et assurant largement la liberté d'expression dans une société socialiste, et comment ces exigences pourront être assurées par une toute autre intervention de l'aide publique.

LA PUBLICITÉ

Le problème de la publicité aussi se pose pour la société de demain, en même temps que pour la lutte d'aujourd'hui.

Quel rôle et quelle place doit-elle avoir dans une société socialiste autogérée ? Toute société industrielle à haut niveau de consommation a besoin de faire connaître, d'une façon ou d'une autre, les produits et les services, et leurs qualités, aux usagers. Il y a évidemment une différence entre une information permettant aux consommateurs d'avoir une connaissance exacte de l'usage qu'ils peuvent at-

tendre d'un produit, et une pression psychologique sur la vente et sur la consommation.

Dans une société centrée sur la satisfaction des besoins individuels et collectifs, l'information sur les produits ne doit plus être dictée par l'intérêt expansionniste des entreprises de production. Le problème pourra être difficilement résolu tant que l'initiative de la publicité restera attachée à l'appareil de production. Mais, transformée en information, la publicité devra s'inscrire dans les mécanismes d'une planification démocratique et les processus de contrôle à tous les échelons de la collectivité publique.

Mais il ne s'agit pas seulement de faire des projets pour demain.

La bataille est aussi immédiate. La lutte doit s'engager dès aujourd'hui contre les mécanismes que le système met en place dans le domaine de l'information pour s'en assurer la maîtrise et, par le fait des moyens techniques, la domination sur les travailleurs. Il y a, d'une part, à réfléchir sur le problème de l'information dans une société socialiste, mais il y a, d'autre part, la lutte que nous devons mener dans le système actuel contre le processus d'aliénation que les forces dominantes développent dans ce domaine.

Cette lutte sera avant tout contestataire par rapport à toute une série de problèmes qui peuvent constituer, dès aujourd'hui, des angles d'attaque.

Dans le système actuel, et comme nous l'avons constaté, la publicité intervient d'une façon déterminante dans le processus de la presse; elle est un agent essentiel de la crise actuelle de la presse écrite et contribue à l'élimination des journaux secondaires et à la disparition des journaux d'opinion et de l'opinion politique dans les quotidiens.

Mais, par ailleurs, la publicité est, elle-même, une forme d'information propageant le modèle de société imposée par les forces dominantes.

Dans cette situation, et compte tenu d'un développement systématique et même scientifique (voir les techniques du marketing) d'une publicité obsessionnelle et aliénante, des batailles devraient s'engager à partir d'organisations de consommation (dont les syndicats font partie puisque les travailleurs, que nous regroupons, sont aussi des consommateurs).

Il s'agit d'ailleurs souvent d'une bataille allant dans le sens de la défense de la qualité de la vie. L'exemple du talc Morhange et des autres produits de beauté, ne signalant pas la présence d'hexachlorophène et sa novicité, est encore toute proche pour l'illustrer.

Les batailles contre le caractère mensonger et obsessionnel de la publicité ne peuvent nous laisser indifférents. Elles touchent de trop près à la qualité de la vie des travailleurs et au modèle de civilisation, donc au système, pour que nous ne soyons pas, là où cela est possible, participants actifs dans un certain nombre d'actions de masse.

Le problème de la publicité, en tant qu'agent économique déterminant sur les moyens d'information, mérite aussi notre attention. Actuellement, l'argent de la publicité alimente essentiellement les organes de presse et les moyens audio-visuels les plus importants. Cette situation peut-elle se corriger

dans le cadre actuel du système ? Il faudrait pour cela imaginer un système de compensation alimenté par les recettes publicitaires et se répartissant sur un autre critère que celui du volume de papier. De toute façon, le problème mérite d'être dénoncé en tant que tel.

L'AIDE DE L'ÉTAT

L'intervention de l'Etat en faveur de la presse est un problème immédiat. Elle recouvre actuellement une formule scandaleuse.

Loin d'aider à garantir la liberté d'expression des journaux, elle va dans le même sens que l'intervention de la publicité, et favorise les journaux « leaders » au détriment des autres.

Des campagnes d'opinion ont déjà été engagées, notamment par quelques journaux victimes de ce procédé (« Combat », « l'Humanité », « La Croix », etc...) sur cette question.

Nous ne pouvons laisser les professionnels de la presse (journalistes et autres travailleurs de la presse) mener seuls la lutte contre ces réalités. Il est important de sensibiliser les travailleurs et l'organisation sur cette question. Les heurts, les litiges et les affrontements au niveau local avec la presse, devraient faciliter un travail d'information sur ces problèmes et pourraient éventuellement provoquer, par la suite, des solidarités plus larges dans l'action pour obtenir un changement fondamental dans l'aide de l'Etat à la presse.

CENSURE ET AUTOCENSURE

Dès aujourd'hui, notre vigilance doit s'exercer à l'encontre de toute tentative d'un pouvoir central, ou de l'intérêt privé, d'intervenir d'une façon autoritaire dans la sélection des informations à diffuser. Cette lutte contre la censure, et notamment celle pratiquée dans notre pays avec beaucoup d'adresse et de machiavélisme à l'ORTF, mérite toute notre attention.

Mais cette même lutte doit se mener, dès aujourd'hui, contre la mainmise des intérêts capitalistes sur les plus importants moyens d'information, que celle-ci se réalise par l'intermédiaire du gouvernement, par le contrôle capitaliste direct des entreprises de presse, ou par le canal de la publicité.

Mais l'autocensure, tenant compte des intérêts des capitalistes et du système, est aussi liée au statut des journalistes. La crise de la presse, le contrôle politique très rigoureux de la majorité sur l'ORTF, rendent la situation des journalistes très précaire. Ils deviennent de plus en plus des travailleurs comme les autres, avec le même risque d'être licenciés qu'ailleurs. La sécurité d'emploi des journalistes est déterminante pour leur degré d'indépendance et de liberté.

Le caractère individuel du lien du journaliste avec l'information, aussi bien avec son patron qu'avec le lecteur, est largement illusoire.

Si la lutte menée dans certains cas par des journalistes pour faire reconnaître le droit collectif de l'équipe rédactionnelle et renforcer le pouvoir de cette équipe en tant que telle, face au patron, n'est pas sans intérêt, cela ne peut suffire pour modifier le rapport de force. Ce n'est que par l'organisation de tous les travailleurs de la presse et par la lutte pour une plus grande sécurité d'emploi que le pouvoir arbitraire des patrons pourra être remis en cause.

L'intervention essentielle dans ce domaine est celle de l'action syndicale.

C'est pour cela que nous devons considérer l'implantation, l'organisation des travailleurs et l'action syndicales dans les secteurs de l'information, qu'il s'agisse de l'ORTF, de la radio ou de la presse, comme hautement stratégiques, et cela pour toutes les catégories de personnel.

L'UTILISATION DES MOYENS D'INFORMATION EXISTANTS

L'analyse que nous avons faite de la grande presse d'information (écrite ou audio-visuelle) conduit à la conclusion que ces moyens sont largement aux mains de la bourgeoisie. Ceci dit, c'est néanmoins à travers cette presse que la grande majorité des militants, adhérents et sympathisants de la C.F.D.T., de même que les autres travailleurs, apprennent, avec ce qui se passe dans le monde, ce que fait, ce que propose notre organisation.

C'est pourquoi il faut savoir distinguer notre projet d'organisation de l'information et de la presse dans la société que nous voulons pour demain, et notre pratique d'aujourd'hui de la presse. Et cela sans compromission ni contradiction.

Cela veut dire que nous devons savoir ce que nous pensons de cette presse. Les camarades de l'Isère se sont ainsi attaqués de front au journal qui détient, sur tout le département, le monopole de l'information, le « Dauphiné Libéré ».

Cela veut dire aussi qu'il faut agir en sorte que l'expression de la C.F.D.T. soit dans la presse la plus large et la plus exacte possible. Pour cela, par exemple, nos camarades de Haute-Normandie ont édité pour les militants de remarquables fiches pratiques, allant droit à l'essentiel : « Ce ne sont pas les journaux ou les radios qui nous intéressent en premier : ce sont les lecteurs et les auditeurs dont ils forment l'opinion. »

Déclaration sur « l'affaire » de Paris-Normandie

Tout le monde est concerné par le devenir de PARIS-NORMANDIE.

Un quotidien d'information régional peut jouer un rôle important dans la vie sociale, économique et politique d'une région.

Pour remplir ce rôle, être un instrument de vie démocratique et non une « marchandise », un tel jour-

nal a non seulement besoin des compétences de journalistes mais aussi du concours permanent des acteurs de faits sociaux et de tous les lecteurs de tous ceux qui travaillent et qui font la vie réelle d'une région.

A ce double titre, nous sommes concernés par le devenir du quotidien régional « Paris-Normandie ».

- En tant que lecteurs :

Les travailleurs de la région ont à manifester ce qu'ils attendent de leur journal. Voulons-nous un journal où les réceptions mondaines, les cocktails, les faits divers et les rubriques de chiens écrasés tiennent la première place ?, ou un journal qui nous aide à comprendre les événements et les choix en débat dans la région ?

Un journal où l'on peut trouver les problèmes et les préoccupations des travailleurs, où l'on peut directement s'exprimer par une plus grande place réservée aux lecteurs (courrier, carrefours, etc...)

- En tant qu'acteurs de faits sociaux :

Comme toutes les organisations syndicales, politiques, culturelles et sociales de la région, nous sommes aussi concernés par le devenir du journal.

Voulons-nous un journal plus ouvert que ne l'est encore aujourd'hui « Paris-Normandie », à tous les courants d'opinion ?

Voulons-nous un journal où les différentes positions sur les choix et les événements sociaux, économiques et politiques puissent s'exprimer ?

Voulons-nous un journal qui, dans sa conception, amène des éléments d'information permettent à chaque citoyen de se faire lui-même sa propre opinion ?

Où un journal dominé par les contraintes de la publicité et du profit, éliminant par le monopole la pluralité des titres, diminuant par le fait même les possibilités d'expression démocratique ?

Au-delà des problèmes juridiques et financiers qui se posent aujourd'hui à PARIS-NORMANDIE, la position prise par le personnel de refuser l'accaparement par le groupe HERSANT nous interpelle tous, non seulement à cause des conséquences qu'une telle décision pourrait avoir sur l'emploi, mais aussi sur les questions fondamentales qui sont posées ci-dessus.

Nous invitons les lecteurs du Journal et nos adhérents à manifester ce qu'ils attendent du journal et à apporter leur soutien au personnel en écrivant aux journalistes et à l'Intersyndicale de « Paris-Normandie ».

ROUEN, le 19 Mai 1972.

Mais avant d'en arriver à cette pratique consciente et tactique de la presse, il faut être capable :

1° - de ne pas mélanger information et propagande. Il s'agit là de deux choses tout à fait différentes. En tant qu'acteur sur le terrain social, économique et politique, le syndicat peut faire l'événement et l'actualité. Qu'il sache l'utiliser à des fins de propagande, c'est une chose. C'en est une autre que de faire déboucher sur le marché de l'information l'événement dont il est l'auteur, et qui vaut d'être connu parce qu'il est significatif de la vie sociale.

2° - de relativiser l'information que l'on fait : celui qui est en plein bourn d'une grève, ou d'une campagne, n'a pas souvent le recul nécessaire pour apprécier l'importance de l'information qu'il donne. D'où l'expression utilisée plus haut, de « marché de l'information ». Une grève très importante, très significative, peut éclater tel jour, mais ce même jour, des Américains peuvent débarquer sur la lune, Brigitte Bardot peut se remarier, la Lybie peut décider de suspendre la livraison de son pétrole. Pour le journaliste, ces informations ne sont pas de même importance, et il les hiérarchise, à sa façon et non à la nôtre.

3° - de saisir l'actualité : ce n'est pas parce que telle fédération ou région aura mis six mois à dresser un dossier complet, fourmillant de chiffres et de faits qu'il sera pris en compte par la presse. Encore faut-il qu'il se raccroche à l'actualité du moment, c'est-à-dire à la possibilité du journaliste de le prendre en compte, c'est-à-dire à la possibilité du lecteur ou de l'auditeur de l'intégrer à sa sensibilité du moment. C'est ce qu'ont très bien compris les camarades de la Chimie, en organisant une conférence de presse en plein milieu de l'affaire du talc Morhange.

4° - d'avoir à l'égard des journalistes une attitude correcte : il n'y a pas à les courtiser ni à les considérer comme des larbins. Ils font leur métier d'informateurs et souvent, comme nous l'avons vu, dans de mauvaises conditions. Le syndicat en action fait de l'information. Il faut permettre la jonction des deux à travers des relations personnelles et dans la recherche de l'efficacité.

Ce n'est pas l'utilisation que nous pourrions faire des moyens d'information qui nous sont extérieurs qui atténuerait pour autant notre sens critique envers le système d'information que nous sommes obligés de subir. Ce sont des outils qu'il nous arrive de pouvoir utiliser pour faire passer nos messages. Il n'y a pas de raison de nous en priver.

PRATIQUER LA CONTRE- INFORMATION

En analysant les réalités de la presse, nous avons constaté la naissance d'une « contre-presse » et d'une « contre-information ». Ce phénomène répond à une profonde frustration des masses dans le domaine des possibilités d'expression. Si les tracts d'entreprise qui partent du fait concret rencontrent un écho chez les travailleurs, c'est parce que, à partir du vécu, ils permettent de contrer des informations en contradiction avec la vie réelle des travailleurs. C'est ainsi que le tract et le bulletin d'entreprise permettent, en partant des réalités quotidiennes et directement perceptibles, de prendre le contre-pied de ce qui est reçu par le canal des grands moyens d'information. Cette « contre-information » peut être verbale ou écrite, elle peut devenir demain audio-visuelle. Mais l'essentiel pour qu'elle puisse tenir ce rôle, c'est qu'elle colle à ce qui est ressenti à la base.

Peut-être faudra-t-il accorder plus d'attention aux différentes initiatives de « contre-information » qui sont tentées dans les différentes régions et parfois

au plan national. En mai 68, un quotidien avait vu le jour pendant toute la période de grève. La tentative est malheureusement restée sans suite. Au plan national, « certifié exact » est à noter comme une expérience de « contre-information » soutenue par la C.F.D.T. Elle n'a malheureusement pas été, par la suite, suffisamment exploitée, et ne l'est pas assez à l'heure actuelle.

C'est en général pendant les grandes luttes au niveau de l'entreprise que le besoin d'information est le plus ressenti; en raison de l'arrêt de travail, surtout quand il y a occupation des locaux, les travailleurs sont en situation de disponibilité pour recevoir, mais aussi pour créer, leur propre information. Nous devons être soucieux de ne pas manquer ces occasions.

Mais c'est en permanence que l'information syndicale, surtout celle de la base que nous voulons favoriser, prend un caractère de « contre-information ».

Nous sommes parfaitement conscients de ne pas faire l'inventaire de tous les angles d'attaque pour l'action syndicale sur le terrain de l'information, ni surtout d'approfondir suffisamment les positions et orientations de notre organisation sur les différents problèmes posés. Il s'agit surtout d'une amorce de réflexion qu'il faut poursuivre et prendre en charge aux différents niveaux de l'organisation.

4

l'information : élément capital de notre stratégie

DANS les entreprises où la section syndicale ne distribue pas de tracts ou de journaux, ne procède pas à l'affichage, n'organise pas de réunions, il n'y a pas d'action. Nous disons souvent : « Pas d'action sans information. » Et c'est en permanence que nous insistons sur la nécessité de pratiquer l'information des travailleurs sans laquelle l'action syndicale ne peut pas se développer.

Mais il faut surtout réfléchir sur le genre d'information qui correspond le mieux à notre stratégie et aux méthodes d'action que nous voulons mettre en œuvre.

Car nous ne pouvons tout faire à la fois en matière d'information. Il faut certes nous battre sur le terrain de l'information que les travailleurs subissent quotidiennement, attaquer et contrer celle-ci à partir de problèmes précis et si possible d'action concrète. Une lutte doit s'engager contre l'accaparement de tous les grands moyens d'information par les puissances capitalistes.

Mais dans cette action contre le processus de conditionnement de l'information environnante dans laquelle les travailleurs et la population sont continuellement immergés, il y a les moyens d'information qui nous sont propres, dont nous pouvons disposer nous-mêmes.

Dans ce domaine, dans lequel nous sommes libres de nos décisions, se pose le double problème de la conception que nous avons de l'information et de nos moyens.

Notre façon d'informer ne peut pas être n'importe laquelle et nos moyens doivent être adaptés à ce que nous voulons faire.

Lors du congrès de 1970, nous avons abordé le problème de l'information à travers le document sur l'orientation de la façon suivante :

« Le syndicalisme de masse doit être défini essentiellement comme la capacité des travailleurs, après discussion, de décider collectivement de leurs objectifs et de leurs moyens d'action. Ceci ne supprime nullement le rôle et la responsabilité syndicale, mais les modifie. Cette décision par les travailleurs de leurs objectifs et de leurs moyens d'action ne doit pas tomber dans l'atomisation de l'action et la dégradation catégorielle des objectifs. Il relève de la responsabilité de l'organisation syndicale d'adopter une attitude plus pédagogique que directive, en particulier :

- développer la qualité de l'information à la base,
- informer les travailleurs des luttes en cours,
- susciter des débats pour que, collectivement, les travailleurs discutent à partir de l'expérience acquise des objectifs et des moyens d'action,
- formuler des propositions susceptibles d'être discutées et de favoriser l'initiative des travailleurs, etc ...

... Cette action s'insère dans une stratégie d'ensemble qui lui apporte toute sa dimension et donne tout leur rôle aux Fédérations, Unions Régionales et à la Confédération : fournir les éléments d'information et les orientations de l'action nécessaires à la libre insertion des actions décentralisées dans la politique d'ensemble. »

Cette volonté de syndicalisme de masse que nous affirmons est tout orientée vers la mobilisation de travailleurs à partir de la base, c'est-à-dire dans l'entreprise. C'est à ce niveau que doit donc se développer notre information.

Notre conception de l'information

De même qu'il ne peut y avoir d'objectivité absolue dans l'information diffusée par les forces dominantes, il ne peut y en avoir pour nous.

Notre information ne peut être neutre. L'importance attachée à un fait ou à un événement, la volonté de le communiquer et de le porter à la connaissance de l'opinion, ne sont pas les mêmes selon le point de vue où l'on se place.

Cela est d'autant plus vrai quand on s'engage dans l'action et dans la lutte. Or nous le sommes. Dans tout ce que nous faisons, dans tout ce que nous vivons, nous sommes engagés dans la réalité de la classe ouvrière et dans l'affrontement de classe à classe entre exploitant et exploité, dominé et dominateur.

C'est d'une façon très claire que nous avons affirmé notre volonté d'être engagés d'une façon offensive dans la lutte des classes lors de notre dernier congrès confédéral.

Ce serait nier les réalités de prétendre que les informations que nous diffusons pourraient se situer en dehors des rapports sociaux et des rapports de classe que nous vivons et que nous expérimentons chaque jour.

Cela ne veut pas dire que nous situons pour autant en dehors de la recherche de la vérité, celle-ci consistant justement à tenir compte des réalités et notamment de la réalité du rapport de force entre les classes sociales.

Notre information, celle que nous avons à faire, ne peut se situer autrement que dans la perspective de lutte de classe et elle est forcément orientée. Elle n'a pas la prétention d'être neutre ou faussement objective. Elle est au service de notre stratégie.

Il y a pourtant à faire une distinction entre information et propagande, l'une et l'autre étant indispensables à la lutte syndicale.

Le travail d'information que nous voulons faire consiste à fournir aux travailleurs le maximum d'éléments leur permettant de se situer, de découvrir le lien entre leurs problèmes et ceux des autres, d'arriver à faire une analyse la plus exacte possible de la situation où ils se trouvent, non pas à partir de principes, mais à partir des réalités. C'est en cela que nous avons à être objectifs, dans cette pratique constante et collective de l'analyse des réalités et de la situation.

Mais quand celle-ci dégage des objectifs, des priorités, des urgences, il est important d'en assurer une plus large diffusion; pour cela, il est nécessaire de concentrer sur eux nos moyens et d'exercer une information répétitive qui s'assimile alors davantage à la propagande qu'à l'information.

Ainsi il est important que nous fournissions aux militants, à nos adhérents et aux travailleurs, le maximum d'éléments pour qu'ils puissent examiner l'ensemble des problèmes posés par leurs conditions de travail, par exemple, mais une fois qu'il aura été possible de définir et d'élaborer les objectifs à atteindre, l'information peut devenir et doit devenir propagande.

PRIORITÉS DANS NOS MOYENS

Nos moyens sont limités, il faut utiliser les instruments d'information que nous pouvons produire nous-mêmes dans les meilleures conditions.

Le moins que l'on puisse dire, c'est que nos moyens sont dispersés, anarchiques, et qu'il n'y a pas de rationalité dans la multiplicité d'initiatives dans le domaine de la presse et de l'information diffusé par la C.F.D.T. aux différents niveaux.

PRIORITÉ À L'INFORMATION À LA BASE

Les responsables de la presse écrite et parlée prétendent souvent que la vie quotidienne des travailleurs n'intéresse personne, et, de fait, leur vie sociale, surtout dans l'entreprise, est évacuée systématiquement des instruments d'information de masse. Ce n'est que quand il y a un conflit, et encore, que quelque chose peut passer !

Ce qui est contradictoire dans cette affirmation, c'est la diffusion, notamment dans la presse régionale ou locale, d'innombrables faits insignifiants de la vie quotidienne.

En fait, cette affirmation que la vie des travailleurs n'intéresse personne, est sans fondement et répond plus à un choix politique qu'à la réalité.

Une enquête de la Fondation Nationale des Sciences Politiques publiée en juin 1969 est assez significative sur l'impact de l'information syndicale à la base.

43% des ouvriers interrogés (il y avait un échantillon de 1 116) notent que les tracts sont « souvent » l'objet d'une discussion par les travailleurs, et 18%, que les tracts sont « parfois » l'objet d'une discussion. Le pourcentage des « souvent » atteint 52% dans le cas des travailleurs qui indiquent par ailleurs qu'en cas d'élections professionnelles ils voteraient pour des candidats présentés par des organisations syndicales.

37% seulement des ouvriers interrogés déclarent ne jamais participer à ces discussions, mais il faut rappeler que l'échantillon interrogé comprenait 33% d'ouvriers travaillant dans des entreprises de moins de 50 salariés, où la présence syndicale est très limitée.

Non seulement le tract syndical diffusé dans l'entreprise est lu (à la condition qu'il parle de la situation concrète et vécue du travailleur), mais il est naturellement un agent de discussion collective entre les travailleurs.

Accorder la priorité de l'information à la base, c'est choisir la masse des travailleurs dans l'entreprise comme terrain prioritaire. Mais il ne s'agit pas de distribuer n'importe quoi.

Pour contrer valablement et avec succès l'information environnante qui, par la télé, donne souvent aux auditeurs la fausse impression du vécu, il faut partir des réalités concrètes des travailleurs, ce qu'ils peuvent vérifier par le vécu dans leur propre situation. Partant de ces réalités, notre information doit contribuer à exprimer et à diffuser ce que pensent et ce que disent les travailleurs, et faire ainsi d'eux, à travers l'information syndicale, des producteurs d'information et de contre-information de la presse, de la radio et de la télé.

Nos moyens d'information doivent favoriser au maximum tout ce qui permet l'échange et l'expression.

D'une façon générale, l'évolution des techniques d'information va plutôt dans le sens contraire. Les messages ne circulent que du haut vers le bas, et confortent ainsi les structures hiérarchiques de la société, mais provoquent en même temps une frustration dans le domaine de l'expression de la grande masse.

Pour nous, l'information doit passer aussi dans le sens base-sommet, et doit privilégier les moyens permettant la communication.

Pour cela, il faut multiplier les outils à la base, les créer là où ils n'existent pas. La section syndicale doit devenir un endroit de production d'information. Accorder la priorité à l'information à la base, c'est pousser à la création d'affiches, la rédaction et l'impression de tracts ou de bulletins d'entreprise, et jusqu'à la production de documents audio-visuels dans les sections syndicales d'entreprise et à l'échelon syndical le plus proche de la base.

Mais il n'y a pas d'information sans informateur. Celui qui est le mieux placé pour assurer l'information de l'ensemble des travailleurs, c'est la section syndicale, et la section syndicale c'est l'ensemble des adhérents. C'est à travers eux que l'information doit passer et par eux qu'elle doit s'élaborer dans le cadre de la section syndicale. De ce fait, les adhérents constituent le maillon privilégié pour l'élaboration et la diffusion de l'information à la base.

Du coup, cela pose plusieurs problèmes importants :

1° - celui des moyens dont peuvent disposer les structures syndicales de base (section syndicale d'entreprise et syndicats),

2° - celui de la formation des militants dans le domaine des techniques de l'information,

3° - celui du rôle des adhérents dans le travail d'information,

4° - celui de la circulation de l'information dans les deux sens.

CONQUÉRIR UN TEMPS ET DE L'ESPACE D'INFORMATION DANS L'ENTREPRISE

L'information syndicale ne se limite pas à ce que l'organisation peut produire comme documents écrits, ou audio-visuels, aux différents niveaux. L'information syndicale est avant tout échange permanent, échange entre travailleurs s'organisant pour l'action et la lutte, échange du bas vers le haut et du haut vers le bas.

Cet échange se réalise pour l'essentiel à travers les rapports sociaux normaux de la vie de travail. Mais l'organisation du travail cherchant la productivité à outrance a peu à peu éliminé les temps morts permettant la discussion et l'échange. Le travail à la chaîne, l'isolement suite au morcellement du travail, le travail au rendement, l'alternance du travail en équipe, la dispersion de l'habitat des travailleurs d'une même entreprise, éliminent de plus en plus les possibilités de s'informer, de converser, de discuter surtout en collectivité.

Il est essentiel pour la pratique syndicale que nous voulons mettre en œuvre que les travailleurs puissent disposer dans l'entreprise d'un temps de liberté pour la discussion collective et notamment pour la discussion et l'information syndicales. Cet objectif, nous l'avons formulé d'une façon précise en revendiquant, pour commencer, un minimum d'une heure payée par mois pour la discussion syndicale pendant le temps de travail dans l'entreprise. Mais cet objectif qui doit être porté par toute l'organisation, ne peut se limiter à cette formule. Il s'agit pour les travailleurs et le syndicat de conquérir un maximum de temps et d'espace de liberté sur les lieux de travail afin que l'information et la discussion collectives sur l'ensemble des problèmes de travail, puissent se réaliser dans les meilleures conditions.

INFORMER POUR LA DISCUSSION COLLECTIVE

L'une des caractéristiques essentielles du syndicalisme de masse que nous voulons réaliser, consiste à rechercher la plus grande capacité collective des travailleurs à décider, après discussion, de leurs objectifs et de leurs moyens d'action.

L'élaboration des revendications et la décision de formes ou de moyens d'action ne sont pas spontanées. Le travailleur isolé ressent un besoin ou une insatisfaction; il souffre d'une injustice. Ce besoin, cette insatisfaction, cette injustice subie, peuvent s'exprimer de façons très diverses : par le départ de l'entreprise, un mouvement de révolte ou de colère, une attitude de résignation ou d'évasion. Le travailleur peut aussi en discuter avec d'autres. C'est de cette discussion que peut jaillir une revendication.

L'organisation syndicale doit permettre à ces sentiments isolés des travailleurs de se transformer en revendication, cela par la discussion collective. Le premier rôle, la première fonction du syndicalisme de masse que nous voulons mettre en œuvre, consis-

tent donc à faciliter, à provoquer et à organiser les rencontres, échanges et discussions entre travailleurs.

Depuis le 35^e Congrès, cette priorité à l'assemblée des travailleurs et des adhérents est retenue dans les méthodes d'action de la C.F.D.T. et s'introduit progressivement dans notre pratique syndicale.

Il ne peut évidemment s'agir de réunir à chaque fois l'ensemble des travailleurs d'une entreprise, voire même d'un service ou d'un atelier. Mais la section syndicale d'entreprise a à assurer, par ses militants et adhérents, la présence aux endroits où les travailleurs se retrouvent d'une façon naturelle pour discuter : vestiaires, pauses, cantine, bureaux, ateliers et services, et elle a à susciter et organiser des assemblées à tous les niveaux. Participer à la discussion collective que permet la vie des groupes naturels dans une entreprise, et organiser un débat syndical à partir de la pratique d'assemblée doivent être deux préoccupations permanentes des sections syndicales et des militants C.F.D.T.

Une telle pratique syndicale est très exigeante en matière d'information.

Nous n'avons pas seulement à informer les travailleurs pour qu'ils puissent se faire individuellement une opinion; nous voulons les préparer et les mettre en capacité pour participer, dans les meilleures conditions, à un processus de discussion collective. L'information doit leur donner les éléments de jugement nécessaires au débat, et faciliter ainsi leur expression.

L'information ne peut pas seulement être introduite au cours de la discussion et des rencontres et assemblées elles-mêmes. L'information doit précéder et étoffer les débats. Ainsi, la réunion, l'assemblée, la discussion collective en petits groupes ne suppriment pas comme superflue l'information par le tract, l'affiche, le journal, ou par tout autre moyen. Normalement, elle en exigerait davantage autant pour la préparation que pour l'exploitation ultérieure des débats.

Plus il y aura discussion collective, plus il y aura besoin d'information aux différents niveaux, qu'il s'agisse des travailleurs, des adhérents ou des militants.

C'est l'un des rôles, mais aussi l'un des problèmes essentiels de l'organisation syndicale d'y faire face à tous les échelons.

DÉVELOPPER LA QUALITÉ DE L'INFORMATION À LA BASE

La cible, l'objectif de notre travail, est donc précisée. Il s'agit d'informer les travailleurs à partir de leur réalité collective dans l'entreprise; il s'agit de les informer en vue de les mettre en situation de participer activement à l'élaboration des objectifs revendicatifs et à la décision des moyens d'action. Il s'agit donc, avant tout, d'information s'adressant à la base; le Congrès de 1970 nous invite « à développer la qualité de l'information à la base ».

AMÉLIORER LES INSTRUMENTS TECHNIQUES

Il faut aider les sections syndicales, les syndicats, les unions locales et les U.I.B. à améliorer les instruments techniques. La qualité des moyens d'information qui nous environnent conduit à plus d'exigence dans ce domaine. Le tract mal imprimé, illisible, rebute davantage les travailleurs. Il y a des efforts à faire pour que l'information syndicale se présente bien. Pour cela, il faudra que les structures de base puissent disposer des moyens matériels adaptés et procurer aux militants une formation technique.

Il est important d'apprendre à rédiger un tract ou un bulletin, à fabriquer et à reproduire une affiche, à illustrer ce qu'on veut expliquer par un dessin ou par une photo.

Mais il ne s'agit pas seulement d'améliorer les supports techniques, c'est aussi un problème de contenu et de nature de l'information.

Il faut distinguer deux genres :

1) L'information immédiate directement liée à l'événement. Il en est ainsi quand nous informons les travailleurs d'une entreprise d'une grève dans une autre usine en leur transmettant l'événement à travers des éléments directement observables : nombre de salariés, objectifs revendicatifs, forme d'action choisie, etc...

Le 35^e Congrès insiste sur la nécessité « d'informer les travailleurs des luttes en cours ». Cela est d'autant plus important que la presse, la radio, la télé les escamotent le plus souvent, et que si nous ne le faisons pas, personne ne le fera à notre place. Mais cela ne suffit pas.

Il est trop facile de prendre connaissance, par exemple, de la lutte des travailleurs de St-Brieuc, et de décréter de faire pareil et même mieux.

PRIVILÉGER L'INFORMATION FAISANT APPEL À L'ANALYSE

Pour pouvoir juger valablement d'un fait ou d'un événement, il faut en faire une sérieuse analyse.

2) C'est une deuxième forme d'information. Celle qui prend du recul par rapport à l'événement, pour se dégager des apparences, pour mettre à jour l'essentiel des éléments expliquant l'événement. Une information qui prétend aller plus loin pour livrer une connaissance du réel pris dans sa totalité.

Il s'agit alors de recenser toutes les composantes de l'événement, même celles, et surtout celles qui ne sont pas apparentes, pour analyser la façon dont elles agissent les unes sur les autres...

Une lecture « immédiate » de la grève du « Joint Français » se limitant à rapporter l'événement (1).

(1) Par exemple « Politique Hebdo » du 13.04.72 : « L'irruption d'une extrême gauche ouvrière. » ou « La grève du Joint Français », dans le supplément à « La cause du peuple » n° 24.

pouvait inciter à faire de cette grève une lutte exemplaire, un modèle exportable dans d'autres secteurs, d'autres régions.

Une analyse sérieuse introduisant le contexte économique et culturel breton, la situation politique locale (une municipalité P.S.U.) et nationale (le référendum et l'approche des élections), la signification idéologique du mouvement de solidarité, les erreurs tactiques commises par le patronat et les pouvoirs publics, le rapport des forces syndicales, la personnalité de tel ou tel leader, etc... conduiraient à la lecture, à souligner au contraire la spécificité dans un autre contexte.

Si nous voulons aller dans le sens d'une prise de conscience collective des travailleurs de l'ensemble de la situation, c'est évidemment le deuxième genre d'information que nous devons privilégier.

Certes, les deux genres d'information sont le plus souvent mélangés, et l'analyse d'une situation se réalise à partir de la transmission des faits. Dans notre stratégie, c'est sans hésitation la partie analytique de l'information que nous devons privilégier.

Il s'agit alors autant de formation que d'information.

Un tel travail d'information ne peut se baser sur la spontanéité des masses; cela suppose un travail des militants de l'organisation à tous les échelons. C'est le rôle propre de l'organisation et des structures syndicales, notamment des Fédérations, Unions Régionales, et de la Confédération de **« fournir les éléments d'information et d'orientation de l'action nécessaires à la libre insertion des actions décentralisées dans la politique d'ensemble »**.

Toutes les structures syndicales sont appelées à s'atteler à cette tâche.

Cela suppose d'une part une formation des militants aux méthodes d'analyse des situations, et d'autre part l'existence dans l'organisation d'instruments d'information pouvant assurer aux différents niveaux le maximum d'éléments d'information leur permettant de situer leur réalité dans un ensemble.

Il se pose en effet pour toutes structures syndicales depuis la section syndicale d'entreprise à la Confédération, en passant par les autres échelons, un problème de choix, car chaque organisation a à choisir les destinataires de l'information qu'elle produit :

- Information extérieure, c'est-à-dire vers le grand public,
- Vers les travailleurs,
- Vers les adhérents,
- Vers les responsables.

Chacune des organisations a à trancher cette question, l'important étant de tenir compte du rôle spécifique de chacune et de la nécessité d'éviter au maximum le double emploi, le gaspillage et la dispersion des moyens.

La priorité aux informations à la base exige pour que celles-ci soient de bonne qualité, des instruments d'information de très grande qualité pour tous ceux qui ont à produire, à reproduire et à diffuser des informations.

5

nos moyens

LES moyens d'information dont nous disposons sont-ils adaptés, et répondent-ils à ce que nous en attendons ?

L'essentiel de notre information passe certainement par l'échange verbal entre travailleurs soit par le contact individuel, soit par la réunion et la discussion collectives. Mais les instruments techniques dont nous disposons recouvrent pour l'essentiel les documents écrits diffusés par la C.F.D.T. aux différents échelons.

Quel est le volume du « papier » que nous distribuons ainsi ?

Dans l'état actuel des choses, il est impossible de répondre à cette question d'une façon précise. La totalité de nos publications couvre des réalités très diverses, depuis l'affichette et le tract dans l'entreprise, au dossier spécialisé de la Confédération, en passant par les bulletins et journaux locaux, fédéraux, régionaux et confédéraux.

80 % des ressources

Une part importante des imprimés que nous diffusons est produite au niveau de la section syndicale d'entreprise et des structures locales. Aucun inventaire précis n'est actuellement possible. Mais le volume d'imprimés édités ainsi est énorme.

Des sondages ont démontré que la part consacrée à l'information par les sections syndicales d'entreprise sur leurs ressources propres est de l'ordre de

80%. L'essentiel de ce qui reste de la cotisation syndicale à la base va à l'information.

Plus d'1 million d'exemplaires par mois

Au niveau des Unions départementales, des régions et des fédérations, une enquête réalisée dans le premier semestre de 1972 nous permet d'y voir un peu clair.

A partir de ces trois structures, nous diffusons par mois bien au-delà de 1 million d'exemplaires de publications imprimées sans compter la presse et les publications des Unions Locales et des entreprises.

Plus d'un million de journaux diffusés par mois par la C.F.D.T., sans compter ce qui est produit et diffusé directement à la base. C'est là un tirage qui n'est pas négligeable.

Pour un mensuel, ce serait exceptionnel. Mais face aux 20 entreprises ou groupes de presse éditant 12 quotidiens à Paris, 80 en Province et 180 périodiques (les principaux) face à un tirage annuel de 4 milliards 12 millions d'exemplaires par an, c'est très peu de chose.

Heureusement ce rapport quantitatif en volume de papier imprimé est non seulement étoffé en notre faveur par d'innombrables initiatives dans les entreprises par la diffusion quotidienne de tracts, de bulletins et d'affichettes, mais surtout par une constante action militante dont le volume est tel qu'une comparaison quantitative n'a guère de sens.

UNE GRANDE DISPERSION

Ce qui est plus grave dans notre cas, pour ce qui concerne nos publications imprimées, c'est que nous réalisons cet important effort, dans une extraordinaire dispersion. Car ce million d'exemplaires par mois se répartit sur 6 hebdomadaires, 8 bi-mensuels, 44 mensuels, 20 bimestriels et 15 trimestriels.

35 de ces publications sont éditées par les Unions Départementales, 7 par les régions, 53 par les Fédérations et 2 par la Confédération. 44 sont imprimés, 9 tirées en offset et 58 à la ronéo.

Au niveau des moyens, les estimations sont difficiles, mais la réalisation de la presse écrite de la C.F.D.T., des U.D., U.R., Fédés et de la Confédération, représente au moins 5 millions de francs par an (alors que ce qui est produit par les sections syndicales doit en faire au moins autant). Mais cela recouvre aussi quelque 6 à 7 millions d'heures d'activité le plus souvent non rémunérées et représente au moins 2.000 tonnes de papier.

L'inconvénient, en ce qui concerne la dispersion que nous constatons, ne se trouve pas seulement dans la diversité des réalisations - ceci est somme toute normale et caractérise une organisation démocratique construite sur une base fédérative ; - mais ces différents moyens se recouvrent les uns les autres.

C'est ainsi que, selon une étude, l'adhérent peut recevoir selon le cas jusqu'à 13 informations écrites provenant de sources différentes, et pour le militant cela est pire puisqu'il peut, selon qu'elles lui parviennent de la Confédération, des Unions régionales, des Unions départementales, des U.I.B., de la Fédération, de l'interentreprise, de l'Union interprofessionnelle régionale, du syndicat et de la section syndicale d'entreprise, recevoir jusqu'à 23 documents écrits provenant de sources et d'échelons différents.

Dans ces conditions, l'efficacité de l'information est discutable. La répétition est inévitable et il ne faut pas s'étonner de ce que les militants (surtout eux) se plaignent de recevoir trop d'informations tout en nous reprochant d'être mal informés.

Dans cette disparité de réalisations, chaque structure informe souvent comme si elle était la seule source d'information pour le militant ou l'adhérent. Le gaspillage est alors présent partout.

Les publications éditées par les différentes structures se répartissent sur d'innombrables entreprises d'impression sans que nulle par le volume de travail traité ne soit suffisant pour peser valablement sur les conditions faites par l'imprimeur. Même là où plusieurs structures font appel au même imprimeur, la coordination entre elles ne se fait pas pour faire pression ensemble sur les conditions commerciales qui leur sont faites.

Peut-être faudra-t-il, par principe, écarter systématiquement le recours à la publicité pour le financement des publications C.F.D.T., mais dans la situation actuelle, de nombreuses organisations y font appel pour leur journal, ou bulletin. Là encore, il n'y a aucun essai de coordination entre celles qui utilisent ce procédé pour obtenir les meilleures conditions.

Dans ce domaine Montholon Service, créé à cet effet, devrait pouvoir contribuer à trouver des formules plus rationnelles et plus rentables.

Il aurait fallu que nous puissions faire une enquête sur la façon dont nos publications sont reçues. Nous ne percevons que très mal l'impact de nos propres moyens d'information. Pour ceux qui sont payants, il y a le critère de l'abonnement ou de la diffusion par la vente qui peut nous donner quelques éléments, mais pour ceux qui sont distribués, il n'y en a guère.

LA PRESSE : À CÔTÉ DES STRUCTURES ET À CÔTÉ DE L'ACTION

Quand la presse syndicale n'est pas distribuée gratuitement aux adhérents, elle est très mal portée par les différentes structures, et si l'essentiel de nos efforts et de nos moyens est consacré, aux différents échelons à la production de moyens d'information très divers, nous ne dépensons pas la même énergie dans le domaine de la diffusion. Mais est-il possible de diffuser valablement dans l'organisation une centaine de publications en plus de ce qui est produit à la base par les sections syndicales, et qui leur apparaît, avec raison, comme beaucoup plus adapté.

En ce qui concerne la presse confédérale destinée aux adhérents et, au-delà d'eux, aux travailleurs, le phénomène est significatif. La diffusion du Magazine ne passe pas, ou très peu, par les structures fonctionnelles de la Confédération. Les Unions régionales, Unions Départementales, U.I.B., Fédérations, Unions régionales professionnelles, et même syndicales ne s'en occupent guère. A côté des 20 U.R., 95 U.D., 350 U.L., U.I.S., U.I.B., 30 fédérations, 3800 syndicats et 10 à 15.000 sections syndicales d'entreprise, la presse confédérale passe par un réseau parallèle de 1.800 diffuseurs branchés directement sur « Syndicalisme ». Cela ne couvre même pas le septième des structures de base.

Le danger dans cette situation, c'est que le réseau de diffusion vivant à côté des structures fonctionnelles et politiques de l'organisation, ne soit pas vraiment engagé dans l'action et dans la pratique syndicale. Par exemple, dans ces réunions d'adhérents ou dans ces assemblées de travailleurs qui sont de plus en plus nombreuses et au centre de nos méthodes d'action, combien de fois sont-elles l'occasion de vendre « Syndicalisme » ? Si cela n'est pas intégré systématiquement, ce sont des occasions perdues de diffuser notre presse, mais aussi, et cela est plus grave encore, de solliciter les travailleurs à l'adhésion syndicale.

Ces assemblées, ces meetings, ces réunions que nous organisons sont par contre autant d'occasions utilisées à chaque fois qu'ils le peuvent par les groupes d'extrême gauche qui accusent les organisations syndicales de **bureaucratie** pour la diffusion de leur presse. De plus, celle-ci est vendue beaucoup plus cher que la nôtre.

Il ne semble pas que les relais entre la presse et les structures syndicales, et entre la presse et l'action, soient établis.

Ces relais existent pourtant, pour certaines opérations de diffusion similaires. Il en est ainsi pour la

diffusion annuelle de l'Agenda. Si nous arrivons à diffuser des agendas C.F.D.T. c'est parce que toute l'organisation s'y met, et peut-être aussi parce que les différentes organisations et structures y trouvent également leur intérêt financier.

Quelle que soit la presse que nous allons privilégier, elle ne peut avoir sa raison d'être que si elle est vraiment portée par toutes les structures de l'organisation, et si elle est vraiment insérée dans l'action.

à discuter dans chaque section

NOS MEILLEURS MOYENS D'INFORMATION

La meilleure information syndicale est celle qui passe au niveau de l'entreprise sur les lieux de travail à partir de l'initiative des sections syndicales. C'est tout le collectif des adhérents qui doit y être engagé.

C'est d'abord ce contact humain, verbal, qui permet l'aller-retour dans la communication, ces discussions par petits groupes au vestiaire, à la pause, à la cantine au moment des repas, dans les cars, à chaque fois que quelques travailleurs se retrouvent et qu'un militant, un adhérent C.F.D.T. est présent.

Même inorganisé, ce travail d'information est déjà dense et important. Les patrons essayent de l'empêcher par tous les moyens et notamment par une organisation du travail provoquant la rupture des rapports sociaux par le morcellement des tâches et la division du travail. Mais si la section syndicale se donne la peine de l'organiser, de mettre en place un système de « téléphone arabe » (si efficace dans une entreprise), de susciter de temps en temps des discussions en petits groupes, d'organiser des assemblées de travailleurs sur des questions précises que la section aura élaborées préalablement avec les adhérents, alors ce tissu d'information orale, sur le terrain privilégié que constitue le lieu de travail, sera la base même de la prise de conscience de classe et de l'action nécessaire.

Nous l'avons déjà signalé, nulle information n'est mieux reçue et perçue que celle qui part du vécu, celle qui peut être confrontée aux faits. Ce tract dans lequel les travailleurs de l'atelier, du service, ou du bureau se reconnaissent, cette affiche sur les panneaux, ou ailleurs dans l'entreprise, qui reporte avec une véracité bien locale sur l'incident, le problème, l'insatisfaction, l'exploitation ressentis, ce dessin qui campe l'attitude du patron dans son refus, ou celle de la hiérarchie dans sa fonction répressive au point que tout le monde peut y reconnaître le sien, voilà autant de moyens d'information particulièrement bien adaptés à la lutte syndicale.

Il faut discuter de ce qui est produit à la base. Il faut surtout que chaque section syndicale prenne conscience de l'importance de tout ce qu'elle arrivera à produire et à diffuser largement sur les lieux de travail.

Mais cela suppose que le tract ou le bulletin d'entreprise soit écrit à partir de la réalité et dans le but d'alimenter la discussion collective des tra-

vailleurs, que des affiches puissent être tirées rapidement (par le procédé de la sérigraphie) pour répondre à ce même besoin.

Cela suppose que la section syndicale ne néglige aucun moyen technique et les prospecte tous, depuis l'archaïque « téléphone arabe » jusqu'à la mini-cassette ou à l'audio-visuel.

UNE INFORMATION À TOUS LES NIVEAUX

L'information syndicale se justifie et se réalise à tous les niveaux. Nous constatons que l'effort d'information le plus important est réalisé pour une large part par les structures intermédiaires, les fédérations professionnelles et syndicats nationaux surtout, mais aussi par les Unions Régionales et les Unions Départementales.

Quel adhérent accepterait d'être privé d'information professionnelle et quel militant pourrait s'en passer dans son action syndicale ?

L'information professionnelle est celle qui est la plus indispensable à l'action syndicale. Il est normal que l'adhérent soit informé sur la dernière augmentation de salaires, les avantages obtenus, les revendications prioritaires avancées par son organisation, les conditions dans lesquelles des luttes ont été menées, l'attitude des patrons, etc...

Il s'avère d'ailleurs que les informations professionnelles sont celles qui sont lues en premier et considérées comme les plus nécessaires à l'action.

Pour que cette information réalisée par les différentes structures soit la plus efficace il faut qu'elle soit adaptée à chaque niveau. Ainsi la bataille pour conquérir le maximum de moyens d'information pour l'organisation syndicale doit-elle se livrer dès l'entreprise.

Il faut ensuite une bonne information technique. La formulation d'une idée, l'expression orale ou visuelle, la rédaction d'un texte cela s'apprend. Un effort très important doit être pris en charge dans ce domaine par nos activités de formation à tous les échelons.

Dans la mesure où nous voulons privilégier une information, tenant compte des besoins d'analyse d'une situation il ne suffit pas seulement d'assurer aux militants et aux adhérents une formation pour améliorer la présentation des communications que nous avons à faire passer, il faut aussi que les

militants soient formés à la pratique de méthode d'analyse rationnelle leur permettant de tenir compte dans l'information qu'ils produisent de l'ensemble des éléments du rapport de classe dans lesquels les faits se situent. Ce besoin qui se révèle de plus en plus impératif doit lui aussi être pris en charge par nos sessions de formation.

Enfin, pour informer valablement pour que la créativité en matière d'information dans les entreprises et au plan local puisse s'exercer dans les meilleures conditions, il faut que ceux qui sont appelés à la produire soient eux-mêmes bien informés et la tâche essentielle des structures syndicales : fédérations, unions régionales et Confédération doit

consister à informer les informateurs des informations dont les autres ont besoin.

Si l'information est normalement, et doit devenir encore davantage, la tâche prioritaire de chaque structure syndicale, celle-ci doit, à son niveau, et selon sa spécificité, décider du lecteur auquel elle veut s'adresser par ses publications et son effort d'information (masse des travailleurs, adhérents, militants, responsables, etc...) ainsi que du contenu qu'elle entend privilégier. C'est à partir de ces choix que chaque structure syndicale pourra contribuer à éviter la répétition et le double emploi et à parvenir ainsi à une meilleure rationalité des moyens qui nous sont propres.

■ l'information confédérale

Dans l'ensemble de ces moyens, la Confédération a un rôle à jouer à partir des moyens qui lui sont propres. Elle aussi a à décider du niveau de secteur qu'elle veut toucher.

Mais quel type d'information devons-nous privilégier ?

QUEL TYPE D'INFORMATION ?

Le problème de savoir quel type d'information nous voulons privilégier est la question essentielle de ce rapport.

Elle est à lier aux quelques orientations se dégageant de notre réflexion sur les effets de notre stratégie et de nos méthodes d'action sur les problèmes d'information.

Pour l'essentiel, il s'en dégage trois grandes lignes :

- priorité à l'information à la base à partir de la situation concrète des travailleurs,
- informer en fonction de la discussion collective des travailleurs et des réunions d'adhérents et assemblées de travailleurs que nous organisons.
- privilégier l'information intégrant une analyse de la situation.

① Un organe de presse centralisé

L'idée la plus simple, celle qui vient à première vue quand nous nous trouvons en face de la dispersion considérable de nos moyens, consiste à préconiser la centralisation de ceux-ci pour la mise en œuvre d'une grande publication confédérale de masse.

C'est cette idée qui a conduit le Congrès Confédéral de 1962 à décider le lancement de « Syndicalisme-Magazine ».

Mais le magazine ne remplit pas sa mission de masse. Les tirages ont été les suivants pour les N°s 1 326 à 1 374 :

- 1.326	142.870
- 1.330	209.982
- 1.335	129.175
- 1.339	111.283
- 1.344	115.000
- 1.348	115.092
- 1.356	117.525
- 1.360	131.850
- 1.364	114.054
- 1.369	130.978
- 1.374	134.490
total 1971 :	1.452.291
total 1970 :	1.442.536
total 1969 :	1.386.372

Le magazine ne s'adresse d'ailleurs pas vraiment à la masse des travailleurs. Le rapport entre le nombre d'exemplaires diffusés et celui de nos adhérents est insignifiant, et des sondages réalisés l'an dernier indiquent que plus de la moitié des lecteurs du Magazine ont des responsabilités syndicales, au moins au niveau des entreprises.

Le magazine suscite des critiques, dont certaines sont valables. Mais la raison principale de ces critiques n'est pas qu'il est mauvais : c'est qu'on ne sent pas à quel besoin il répond.

La périodicité du magazine pose un problème important : celui du décalage considérable sur l'actualité. Par exemple : les conflits de « Paris » à Nantes ou de la S.C.P.C. sont terminés au moment où l'article paraît dans le Magazine.

Pour le numéro de juillet, par exemple, le sujet de couverture est décidé lors de l'établissement du sommaire le 19 ou 20 mai ; la photo de couverture est envoyée le 25 mai aux maquettistes, ainsi que les versos de couverture ; les articles doivent commencer à partir à l'imprimerie le 1^{er} juin – ce qui suppose qu'ils aient été faits avant ; – la maquette définitive des 34 premières pages (articles entièrement composés, illustrations présentes), doit être fait le 9 juin, et les autres pages terminées le 14 juin (tous les articles entièrement composés, illustrations présentes). Tout cela pour un numéro qui sera vendu, jusqu'au 7 ou 8 juillet et peut-être même plus tard. Ces délais ne posent pas de problèmes à « Historia » ou à « Sélection », mais pour le journal d'une Orga-

nisation qui vit dans l'événement, ils en posent de sérieux.

La centralisation de nos moyens sur un tel support répondrait évidemment à une certaine idée de rationalité au niveau de la production et de la diffusion. Mais il est exclu dans une telle formule de tenir compte de l'événement, d'accorder la priorité à l'information à la base, de partir de la situation concrète des travailleurs, d'informer en fonction de la discussion collective.

En outre une telle formule ne permettrait que très difficilement une diversification de l'expression, ou alors il faudrait s'orienter vers un système très généralisé d'éditions fédérales et régionales.

La question principale, pourtant, est de savoir si la diffusion d'un organe de presse centralisé avec quelques chances de diffusion massive, peut coexister, avec notre volonté de favoriser au maximum la création d'information à la base, c'est-à-dire dans les sections syndicales d'entreprise.

② Privilégier la presse des organisations confédérées !

Une deuxième orientation pourrait consister à privilégier la presse confédérée. Il s'agit des supports les plus diversifiés de notre information écrite, ceux constitués par les publications des Fédérations, des régions et des U.D.

Il est hors de doute que ce qui intéresse d'abord les militants et les adhérents, c'est l'information professionnelle.

Quand une augmentation de salaire ou un avantage quelconque est obtenu pour les travailleurs d'une branche ou d'un secteur, les militants ont besoin de le savoir et les adhérents ont le droit d'être informés. Si les publications fédérales sont lues en premier, c'est en raison du caractère pratique et indispensable des informations professionnelles qu'elles véhiculent. C'est l'un des premiers besoins de l'action syndicale, non pas dans l'ordre d'importance mais par ordre chronologique.

Le risque, c'est que l'information reste confinée au plan professionnel, et que le militant ou l'adhérent se limite à lire ce qui le concerne directement, se cantonnant parfois à la page spécialisée à sa catégorie.

Il y a également un besoin d'information locale et régionale. Plusieurs U.D. et U.R. viennent de créer des journaux de militants et parfois des journaux de masse, d'autres envisagent de le faire.

Ces besoins sont normaux et sains. Mais comme les militants et les adhérents n'ont ni le temps ni les moyens de tout acheter et de tout lire, les efforts des uns annulent nécessairement ceux des autres.

Il y a deux façons de privilégier la presse des organisations confédérées :

— La première est la plus rationnelle. Elle consiste à regrouper toutes les expressions diversifiées sur un seul support. Il faut alors développer les éditions fédérales et régionales en laissant aux organisations confédérées le maximum de liberté d'expression à partir d'un support technique commun.

C'est dans ce sens et dans cette piste que la résolution du dernier Congrès confédéral nous invitait à aller.

A l'heure actuelle, 5 fédérations se sont engagées dans cette voie à partir d'une édition fédérale hebdomadaire de « Syndicalisme » :

- Les P.T.T. 3.000 ex.
- Le bâtiment et bois . . . 2.000 ex.
- Le Gaz-Electricité . . . 2.800 ex.
- La Santé 2.000 ex.
- L'Enseignement libre . . 1.800 ex.

Ces éditions marchent bien. Les Fédérations en paraissent satisfaites et chez certaines (P.T.T. notamment), les abonnements progressent.

Rien n'a pu être réalisé jusqu'à présent dans le domaine des éditions régionales. Les problèmes d'organisation du système d'abonnements et celui du coût sont loin d'être réglés.

En outre, la mise en place d'un quatrième hebdo paraissant la même semaine que le Magazine, sans lequel le système n'est pas bien concevable, se heurterait actuellement à des difficultés insurmontables pour l'administration si les organisations intéressées ne traitaient pas leurs jeux de bandes elles-mêmes. La mécanographie n'est pas actuellement en mesure de prendre en charge des tâches supplémentaires.

Par ailleurs, une proposition allant dans ce sens a été rejetée par le Bureau National du 15.10.71.

Cette orientation, qui consiste à privilégier l'expression fédérale et régionale à partir d'un même support technique, apparaît comme la plus logique, mais elle suppose :

- d'une part, une réelle volonté politique des organisations;
- d'autre part, la mise en œuvre de moyens pour résoudre certains problèmes techniques. Cela exige que la priorité soit accordée à des investissements assez onéreux, tels que la mécanographie, et le traitement de « Syndicalisme » et des fichiers par ordinateur.

• Une deuxième voie pourrait consister à prendre notre parti de la diversité des supports techniques tout en nous attachant à les améliorer et à rechercher l'élimination des gaspillages. Il faudrait alors mettre en place un organisme intervenant comme une structure de soutien technique et d'étude pouvant aider à la réalisation des journaux fédéraux et régionaux. Son activité pourrait s'orienter vers la recherche de meilleures conditions d'impression et de coût, la formation des rédacteurs, la mise en œuvre d'un certain nombre de services communs, etc.

Pour ce qui concerne les problèmes techniques : Montholon-Services devrait pouvoir jouer un rôle utile.

L'étude qui a été faite sur nos moyens nous a donné la certitude que sur les 5 millions de francs (nouveaux) que nous coûte actuellement, au minimum, la réalisation des journaux des Fédés, des U.R. et des U.D., d'appréciables économies pourraient être réalisées si les organisations acceptaient de s'engager dans une concertation et un certain nombre de réalisations communes.

Une telle formule laisserait évidemment la place à un organe de presse confédéral dont il est difficilement imaginable que la C.F.D.T. puisse être privée. Mais en fait, elle laisserait pour l'essentiel les choses en l'état.

Mais il est possible de décider très clairement de s'orienter dans une formule de support central à éditions multiples, tout en faisant l'effort d'améliorer les conditions de production de certaines publications. Car de toute façon, la mise en place d'un « Syndicalisme » à éditions fédérales et régionales ne pourrait recouvrir toutes les expressions existantes des fédérations, des U.D. et des Régions. Certaines publications s'adressent aux militants et d'autres aux adhérents. De toute façon, la mise en place ne peut être que très progressive. C'est la volonté politique qui doit être fixée d'une façon claire.

③ Une formule d'agence de presse !

Il y aurait une troisième orientation possible consistant à laisser la plus grande liberté de création d'information à tous les niveaux. Le rôle essentiel de la presse confédérale serait alors d'envoyer aux organisations et à un nombre de militants le plus grand possible un bulletin fournissant des informations utilisables à ces niveaux, avec une présentation du genre de « Liaisons sociales ». Il s'agirait de mettre en place les instruments d'une sorte d'agence de presse interne. Mais une telle formule exigerait une diffusion très rapide, soit quotidienne, soit au moins quatre fois par semaine.

■ une option

Ce rapport ne peut se contenter de faire l'inventaire de quelques hypothèses. Il doit nous permettre de dégager une orientation précise définissant les moyens à mettre en œuvre par la Confédération.

Si nous retenons la priorité pour le développement de la créativité à la base cela nous implique dans quelques exigences.

Il faut assurer aux structures syndicales de base les moyens leur permettant de prendre des initiatives et de faire face à leurs obligations.

Nos activités de formation doivent prendre en charge la préparation des militants à une plus grande capacité technique mais aussi et surtout d'analyse.

Mais il faut surtout alimenter ceux qui sont appelés à collecter, à produire et à diffuser des informations en informations pouvant les aider dans cette tâche.

Le rôle de la presse confédérale doit avant tout être cela : fournir l'information à ceux qui doivent en tenir compte pour ce qu'ils ont à diffuser eux-mêmes à partir de leur créativité dans les entreprises et au plan local.

Dans cette perspective il ne peut s'agir d'aller dans le sens d'un organe de presse centralisé diffusant les informations à partir du sommet, remplaçant le tract, le bulletin d'entreprise, le journal destiné

L'avantage d'une telle formule serait sa rapidité et sa possibilité d'absorber une partie importante d'information et de documents diffusés actuellement par « Nouvelles C.F.D.T. », mais l'inconvénient se trouve dans le coût très élevé (qui devrait forcément être récupéré, au moins en partie, sur le tarif d'abonnement).

Nous n'avons pas pu faire d'étude de coût, même sommaire, d'une telle formule. A titre indicatif l'abonnement à « Liaisons Sociales » coûte 165 F par an.

Une telle formule suppose aussi que nous nous dotions des moyens d'expression sur place, et supposerait une transformation et une extension de l'atelier de tirage confédéral.

Une amélioration de notre circuit d'information interne notamment de « Nouvelles C.F.D.T. » pourrait permettre de répondre très partiellement à ce besoin.

De toute façon, un tel bulletin même quotidien ne supprimerait pas la nécessité d'un organe confédéral à plus large diffusion qui devrait subsister. Mais sous quelle forme ? Mensuel ou bi-mensuel ?



De toute façon, il n'est pas possible de faire table rase de la situation actuelle et des formules différentes peuvent coexister. Mais il faut décider d'accorder la priorité à l'une des orientations pour qu'elle puisse se mettre en œuvre d'une façon progressive. Il faut partir de ce qui existe pour dégager plus clairement les possibilités.

aux adhérents et aux travailleurs, mais d'alimenter ceux-ci pour que l'information se réfère au vécu et partant des faits tienne compte de l'ensemble des éléments pouvant lui donner toute sa dimension sociale et politique.

C'est dans ce sens que nous devons aller. Dans l'idéal, un bulletin de presse quotidien répondrait le mieux à ce besoin. Mais cette formule est dans la situation actuelle trop coûteuse pour pouvoir être envisagée sérieusement.

Il faut partir des outils dont nous disposons.

« SYNDICALISME HEBDO »

L'équipe de presse de la Confédération est attelée actuellement à la réalisation de deux instruments d'information.

Normalement, l'organe de masse, c'est-à-dire « Le Magazine », devrait être davantage consacré aux faits et à l'actualité, et l'organe des militants à des analyses, réflexions, études, positions. En raison de sa périodicité mensuelle, le Magazine ne peut jouer son rôle et il en sera ainsi tant que la C.F.D.T. ne sera pas en mesure de porter l'organe « de masse » hebdomadaire qu'il faudrait à cet effet.

Dans la situation actuelle, il existe donc, au niveau de la réalisation de la presse confédérale, une sorte de dispersion d'efforts sur deux supports d'information.

Des deux, c'est actuellement l'Hebdo qui semble le mieux convenir aux besoins, et qui est d'ailleurs le mieux apprécié. « Syndicalisme-Hebdo » est devenu, malgré des insuffisances, l'instrument indispensable au militant qui a besoin de se tenir au courant de l'actualité et des positions de la Confédération.

Il faut cependant souligner que sa diffusion est très limitée. Le total, tout compris, atteint 31 000 exemplaires. En fait, « Syndicalisme-Hebdo » n'atteint, pour l'essentiel, que les « responsables » de l'organisation.

Par ailleurs, sa réalisation pose chaque semaine des problèmes difficiles d'équilibre. Il joue en effet plusieurs rôles à la fois :

- information sur l'actualité sociale (situation sociale et politique générale, actualité législative et réglementaire, conflits);
- Bulletin d'information intérieure (comptes rendus du Conseil national conçus un peu à la fois à la façon des comptes rendus parlementaires du « Monde », comptes rendus du Bureau National, des congrès, programmes de Bierville, etc...);
- Journal Officiel (les déclarations et communiqués de la Confédération);
- Outil de réflexion et de formation (les dossiers, les études de fond);
- Outil pratique (les affichettes, etc...).

Tous ces rôles ne sont pas contradictoires, mais nous ne disposons pour cela que de 16 petites pages. Si bien que le sommaire est souvent déséquilibré. La place manque pour traiter correctement des questions importantes, notamment d'actualité, parce qu'il y a beaucoup d'autres choses obligatoires. Le comité de rédaction se plaint de n'avoir d'autre rôle que celui d'une chambre d'enregistrement où chacun apporte ses desiderata.

Le « trou » de l'Hebdo une semaine par mois renforce cet inconvénient.

Le langage utilisé est souvent et parfois avec raison accusé de charabia syndical incompréhensible pour la masse des travailleurs.

Il est pratiquement impossible d'étudier une formule cohérente et conquérante pour l'Hebdo, et par ailleurs, la présentation souffre du manque de place (caractères trop petits, pages trop bourrées, pas assez d'illustrations).

Est-ce que cela n'empêche pas l'Hebdo d'avoir la diffusion qu'il devrait avoir ?

Limités par l'équipe de rédaction très restreinte dont nous disposons et par l'insuffisance générale de nos moyens, ne faut-il pas faire un choix et accorder la priorité à l'un de nos organes de presse ?

S'il y a une priorité à retenir, c'est certainement celle du développement de l'Hebdo.

L'Hebdo peut devenir un journal à diffusion nettement plus large alimentant tout ceux qui ont à diffuser l'information à la masse des travailleurs, les sections syndicales d'entreprise et les structures syndi-

cales locales d'abord mais aussi aux militants au sens le plus large du mot allant jusqu'à l'adhérent (actif) puisque nous le considérons comme l'un des agents privilégiés pour le collectage et la diffusion de l'information syndicale, mais l'Hebdo doit surtout devenir l'outil collectif de la section syndicale d'entreprise.

L'Hebdo doit s'adresser avant tout à cet échelon. Nous l'avons déjà dit, mais pour que cela soit clair, il faut le répéter : le collectif de la section syndicale est constitué par tous les adhérents associés à la création et à la diffusion de l'information syndicale à partir du lieu de travail. L'ensemble actif des membres de ce collectif doivent être mis eux-mêmes au même niveau d'information.

C'est ce rôle que nous voudrions faire jouer à « Syndicalisme-Hebdo » devenant ainsi l'instrument d'information privilégié de la Confédération en direction de ces collectifs de base et constituant aussi cet organe de presse chargé de véhiculer la cohérence politique de notre organisation à partir de l'orientation retenue par nos congrès confédéraux, indispensable à une organisation comme la C.F.D.T.

A cet effet il pourrait comprendre :

- Une part « actualité sociale et politique » nettement plus développée (actualité générale, reportages sur des conflits et des actions diverses, actualité législative et réglementaire, internationale...);
- Une part « information confédérale » maintenue comme maintenant, de même que la part « dossiers-études »;
- Une part « journal officiel » diminuée (certains communiqués étant envoyés à « Nouvelles C.F.D.T. »).
- Introduction d'articles « vie quotidienne », ou culturels, en petite proportion (1 ou 2 pages sur 24 par exemple).

La présentation serait améliorée : impression offset, davantage d'illustrations, typographie plus aérée.

Il s'agirait en somme d'en faire davantage un « journal » plutôt qu'un « bulletin » (sans aller jusqu'au Magazine). Objectif : augmenter le nombre de lecteurs (abonnés principalement, mais aussi vente militante) (jusqu'à 60 000).

Cela suppose une augmentation de la surface et une amélioration de la présentation. Exemple : 24 pages du format « Politique-Hebdo », impression offset, 1 couleur.

Il s'agit de faire de « Syndicalisme-Hebdo » un véritable hebdomadaire devant l'instrument central de diffusion des informations confédérales. Une telle orientation va d'ailleurs dans le sens de la meilleure adaptation de nos moyens d'information à notre stratégie. Car, plus nous favoriserons la production des moyens d'information au niveau des sections syndicales d'entreprises et des structures locales, et plus les militants auront besoin d'un instrument leur fournissant les informations nécessaires.

Quoique journal confédéral il ne s'agit pas obligatoirement d'une information venant du sommet mais au contraire une diffusion la plus large d'informations dont les sources sont aussi les plus larges y compris à partir des sections.

La réalisation d'un tel instrument s'affrontera évidemment à un problème de coût.

(Les études étant extrêmement sommaires, les estimations ci-dessous sont données sous toute réserve en attendant des chiffres plus précis.)

a) **Fabrication** — Pour l'Hebdo amélioré comme indiqué plus haut, et pour le même nombre d'exemplaires que maintenant, coûts de fabrication pas tout à fait doublés (vraisemblablement multipliés par 1,8 environ).

b) **Rédaction** — Il faudrait au moins un journaliste supplémentaire à la rédaction. Mais on pourrait économiser une grande partie de ce qui est payé aux maquettistes extérieurs (1 600 F par numéro), ceux-ci ne fonctionnant plus que pour les numéros spéciaux.

c) **Administration** — Seule l'augmentation de la diffusion entraînerait une augmentation des frais : un afflux d'abonnements exigerait du personnel en plus.

d) **Diffusion** — Il est bien évident qu'un budget devrait être prévu pour le « lancement » de la nouvelle formule.

Au total, il faut un investissement assez important au départ, mais il est vraisemblable qu'à 50 000 ou 60 000 (et selon le prix de vente retenu) on retrouverait un nouvel équilibre financier à un niveau supérieur.

Les éditions fédérales et régionales

« Syndicalisme-Hebdo » pourrait aussi devenir le support central de notre information écrite au plan confédéral. C'est donc l'Hebdo qui serait l'instrument de base sur lequel pourra se greffer la mise en œuvre progressive d'éditions fédérales et régionales.

Le but est celui d'arriver à ce que le militant et l'adhérent (la nouvelle formule vise à une diffusion bien plus large que l'actuelle), reçoivent dans un même journal les informations confédérales, professionnelles et interprofessionnelles.

Cette politique était déjà suivie depuis quelques années. Peut-être faut-il rappeler que la résolution votée par le 35^e Congrès l'avait retenue.

Si les choses n'ont guère progressé depuis, c'est d'une part pour des raisons techniques que nous avons déjà évoquées.

La nouvelle formule envisagée pour « Syndicalisme-Hebdo » laisserait une large place pour les éditions spécialisées. Celle-ci pourrait consister dans le remplacement d'une ou deux pages pour éditions fédérales, avec des variantes (encart...) pour les organisations qui le demanderaient.

La parution hebdomadaire pourrait faciliter la réalisation d'éditions régionales. Mais ceci suppose que soient surmontées les difficultés techniques posées par la gestion du fichier et le tirage des bandes. Notre équipement technique est actuellement sur-saturé et inadéquat. Sa technologie dépassée ne permet pas d'effectuer les travaux élémentaires ni de résoudre les problèmes posés à Syndicalisme par la nouvelle formule.

Il faudrait donc envisager dans les plus brefs délais, l'achat ou la location d'un matériel adéquat, capable de répondre aux exigences imposées par

l'Administration des P.T.T. (routage des codes - code postal) et offrant la possibilité d'effectuer les tris et sélections indispensables à l'envoi des éditions régionales (recherche de la région concernée dans les fichiers édition générale et éditions fédérales). Pour cela, une gestion commune des fichiers et la centralisation de l'administration qui en découle seraient nécessaires.

Actuellement, un groupe de travail Informatique est constitué, la confédération et plusieurs fédérations recherchent la possibilité d'offrir, aux organisations qui le désireraient, la possibilité d'une gestion de leur fichier sur ordinateur.

Les premières études montrent clairement, qu'après décision politique, il faudra compter de trois à quatre ans avant que les premiers traitements sortent de l'ordinateur. Cette mise en œuvre, longue et onéreuse, pour la phase d'études n'est pas assez élaborée actuellement pour donner le coût d'une telle opération. Par ailleurs, il n'apparaît pas possible, ni souhaitable de rechercher une formule pour la gestion du seul fichier de syndicalisme et ce pour des raisons financières.

Une possibilité existe qui consiste à faire appel à un atelier extérieur de travail à façon. Une question se pose alors quant à l'utilisation stratégique du fichier, indépendamment de toute raison d'ordre politique.

Le problème des éditions n'est toutefois pas seulement technique. Tant que les fédérations acceptent de traiter eux-mêmes leurs bandes pour l'expédition, toute extension peut se réaliser sans attendre. Il suppose, de la part des organisations, une volonté politique qui ne peut se trouver que dans la mesure où le problème fera l'objet d'un examen et d'un débat à travers des organes politiques des fédérations et des régions.

Les orientations que nous avançons pour « Syndicalisme-Hebdo » :

① recherche d'une nouvelle formule pour réaliser un hebdomadaire destiné aux collectifs des sections syndicales d'entreprise et des structures syndicales de base.

② réalisation progressive d'éditions fédérales et régionales à partir de la nouvelle formule de l'Hebdo, qui devraient nous permettre de fournir aux militants de base l'instrument d'information dont ils auront besoin à leur niveau, le niveau des sections syndicales d'entreprises, le niveau de l'action de masse.

« SYNDICALISME-MAGAZINE »

Notre ambition était de faire du Magazine une publication de masse. Après quelques années, les résultats ne sont pas concluants. Tout n'est certes pas négatif. Ainsi, à l'examen distinct des chiffres, nous avons pu constater que le Magazine bouclait. Il suffirait de peu de chose pour qu'il puisse trouver une petite marge de fonctionnement et pour atteindre un seuil de tirage qui, par exemple, pourrait attirer quelques ressources supplémentaires provenant de la publicité.

Mais cet équilibre financier n'est assuré dès à

présent que par les tirages supplémentaires obtenus par les numéros spéciaux dont certains, comme celui des impôts, commencent à être portés par les structures de l'organisation.

Pour sa diffusion mensuelle, le Magazine semble lourd à porter par les 1.800 diffuseurs et ne trouve pas, comme nous l'avons déjà signalé, son insertion dans les structures et dans l'action.

Dans l'entreprise, c'est la production de moyens d'information adaptés, capables de partir de l'actualité, du fait, de la situation concrète des travailleurs, et favorisant la plus grande possibilité d'expression locale qui répond le mieux aux besoins et qui correspond le plus à nos méthodes d'action.

Il semble difficile d'envisager syndicalisme-hebdo tel que nous le proposons en même temps qu'un organisme de presse tel que le Magazine à diffuser tous les mois.

Est-il possible, dans ces conditions, d'envisager une limitation de la parution du Magazine par exemple, à quatre numéros par an pouvant constituer des numéros exceptionnels, et faire pour ceux-ci un véritable effort de diffusion de masse ?

Dans une telle perspective, les sujets retenus pour les différents numéros devraient être bien choisis, et correspondre à des besoins réels. Mais il faut aussi revoir totalement les conditions de diffusion. Celle-ci doit être prise en charge par toutes les structures pour devenir vraiment massive.

Mais ce qui n'est pas possible tous les mois peut-il le devenir tous les trois mois ?

Sur un délai de trois mois entre chaque numéro, la sensibilisation pourrait-elle se réaliser mieux, et le système de commande préalable pourrait-il se mettre plus facilement en œuvre au niveau des différentes structures ?

Si le tirage de ces quatre numéros spéciaux pouvait atteindre le double du tirage normal du Magazine, celui-ci trouverait non seulement son équilibre mais deviendrait un élément positif permettant de soutenir l'effort d'information à réaliser pour les militants. Au niveau des structures de base, la diffusion vraiment massive pourrait devenir, à l'instar de l'Agenda C.F.D.T., une possibilité de rentrée financière.

De même, une formule permettrait peut-être plus facilement, pour ceux qui le désirent, d'intégrer le Magazine, alors trimestriel, dans le coût de la cotisation. Beaucoup moins lourde que pour 11 numéros par an, la charge de 4 exemplaires serait plus supportable.

Ces questions sont posées à notre réflexion. Il ne s'agit pas au congrès de trancher et le fait d'approuver clairement notre volonté d'accorder la priorité à syndicalisme-hebdo ne veut pas dire pour autant une obligatoire réduction ou pire, comme certains peuvent le craindre un abandon d'un organe de masse tel que syndicalisme-magazine.

Il faut qu'il soit clairement affirmé que ce n'est que si le congrès permet à la confédération de dégager les moyens suffisants pour faire de Syndicalisme-Hebdo tout autre chose que ce qu'il est aujourd'hui que ce problème pourra être envisagé.

Tant que le Syndicalisme hebdo restera un bulletin bourré de textes, difficilement assimilable à la base, le Magazine apparaîtra comme un complément indispensable en tant qu'organe de masse. Mais si les moyens pouvaient être dégagés pour permettre l'amélioration et la transformation de syndicalisme-hebdo faisant du bulletin un vrai journal hebdomadaire de la C.F.D.T., lisible à tous les échelons, alors le problème du maintien du magazine et la cohabitation des deux journaux serait posé et il faudrait prendre les décisions en conséquence.

LE ROLE DE NOS JOURNALISTES

Leur fonction exige des journalistes de Syndicalisme une bonne qualification professionnelle. Mais le Bureau national, en les assimilant aux autres secrétaires confédéraux comme ayant un mandat politique, a très clairement marqué sa volonté de les considérer avant tout comme des militants.

L'information diffusée par la C.F.D.T. ne peut pas se situer en dehors de l'analyse et des perspectives politiques de l'organisation. Elle doit tenir compte de notre analyse et de notre stratégie. Nous avons suffisamment marqué dans ce rapport que l'objectivité est un leurre, que toute information joue nécessairement un rôle de médiation, qu'elle comporte inévitablement des choix et une analyse. pour les rappeler en abordant le problème de nos journalistes.

Il ne faut cependant pas confondre information et propagande. L'information suppose l'existence de règles, telles que la primauté accordée à la véracité des faits, le souci de rapporter les choses sans les tronquer, le respect de la vie privée des personnes, etc..., qui s'imposent aux responsables de la presse syndicale comme à ceux de n'importe quelle presse.

— Le rôle de nos journalistes a de multiples aspects. Porte-parole de la C.F.D.T. sur bien des questions, ils ont aussi pour fonction de contribuer à une vraie circulation de l'information entre les structures de la C.F.D.T., de fournir des éléments d'analyse et d'appréciation des faits... Il est important qu'ils puissent jouer leur rôle en prenant le maximum d'initiatives, et que l'organisation leur facilite la recherche de l'information exacte. Il est aussi important qu'ils soient à même de prendre conscience et d'exercer leur responsabilité. Il faut donc qu'à côté de leur capacité technique, ils aient une grande capacité d'analyse politique, et qu'ils soient très associés à la réflexion politique de l'organisation. Ces considérations entrent évidemment dans nos critères d'embauche.

— Il faut souligner que le rôle des journalistes de syndicalisme est avant tout d'assurer la publication d'une presse syndicale efficace et utile... dans les limites d'un budget. Ils doivent donc faire des choix entre les sollicitations venant des militants, et le principal critère de ces choix est forcément l'utilité pour le journal.

De même, leur rôle ne peut être de pallier des difficultés en les gommant dans la façon dont ils

rendent compte d'un événement. Notre volonté d'élargir les initiatives des adhérents et des travailleurs suppose qu'ils soient mis en possession d'une information exacte, et rendant compte de façon aussi correcte et aussi complète que possible de la réalité des rapports de classes.

— Le problème de la responsabilité de l'information s'est souvent posé. Dans la situation actuelle, celle-ci est dispersée entre plusieurs membres de la C.E. Il paraît souhaitable que soit regroupée la responsabilité des différents aspects de l'information, aspects politiques et aussi moyens afin qu'elle puisse ensuite être mieux prise en charge collectivement.

La création d'un secteur confédéral de l'information doit donc être envisagée. Il est évident que les permanents de la C.F.D.T. impliqués dans l'action et les événements, participent à la réalisation du travail d'information en étroite liaison avec le secteur information, et notamment la rédaction de syndicalisme.

NOTRE INFORMATION INTERNE

Si Syndicalisme-Hebdo et Syndicalisme-Magazine sont pour la Confédération les principaux instruments d'information, il existe à côté d'eux des moyens internes sur lesquels une réflexion s'impose.

Ainsi « Nouvelles C.F.D.T. » envoyées chaque semaine est adressées à 800 exemplaires exclusivement aux permanents syndicaux des différentes structures. Il en est ainsi en raison de la nature du fichier servant de base de diffusion pour « Nouvelles C.F.D.T. » mais cette limitation à un nombre assez restreint de documents d'information interne répond aussi au souci de ne pas accroître le coût d'un instrument d'information qui est totalement pris en charge par le budget confédéral.

Cette formule répond-elle encore aux besoins actuels ? Les permanents syndicaux sont-ils les mieux placés pour exploiter au maximum la masse des documents d'information interne ? Le système comporte d'autant plus d'anomalies que l'équipement en permanents des différentes structures professionnelles ou interprofessionnelles est très divers non seulement en raison des moyens financiers dont elles disposent mais selon le droit syndical acquis dans certains secteurs et notamment dans les secteurs publics et nationalisés.

Il est important de revoir le réseau de diffusion de notre information interne. Là encore la première question qui se pose et celle de savoir : à qui doit-elle s'adresser ? Les instances confédérales auront à décider de ce choix en sachant que dans ce domaine comme dans d'autres toute augmentation de diffusion et toute amélioration comporte un coût supplémentaire.

Dans ce domaine, il y a un manque de liaison évident entre la base et le sommet, mais aussi entre les Unions Départementales, les régions et la Confédération, et entre les Fédérations et la Confédération.

Nous apprenons les grèves et les occupations d'entreprises par les journaux nationaux, qui n'en parlent parfois comme nous l'avons vu à travers l'exemple du « Joint Français » qu'après plusieurs semaines de grève.

Quand les nouvelles sont communiquées aux Fédérations et à la Confédération, les liaisons se font souvent dans de mauvaises conditions, par coups de téléphone à « celui qu'on connaît le mieux là-haut ». Tantôt c'est un fédéral, tantôt un confédéral. Parfois, c'est par hasard qu'on reçoit une information sur une grève, même importante. Tout simplement parce qu'on demande si « tout va bien, ou s'il y a du neuf »...

Pour les communications rapides, nous disposons évidemment du téléphone, qui est devenu l'un des instruments essentiels des moyens modernes de télécommunication. C'est d'ailleurs le seul moyen « vraiment rapide » dont nous disposons pour communiquer. Dans les cas où il faut transmettre à plusieurs endroits la même information, l'utilisation du téléphone pose de gros problèmes. C'est ainsi que pour passer un communiqué urgent aux 20 régions, il nous faut immobiliser sur l'opération plusieurs permanents, parfois pendant toute une journée, cela d'autant plus que le réseau téléphonique est souvent engorgé pendant la journée et que l'appel ne rencontre pas toujours une présence à l'arrivée.

L'autre inconvénient du téléphone, c'est qu'il ne reste pas de trace écrite, et que pour fixer un message il faut un temps extrêmement long et coûteux.

Depuis quelques années, un deuxième moyen moderne est devenu disponible dans le réseau des télécommunications : LE TELEX, se compose d'un appareil électronique appelé Télex, semblable à une machine à écrire qui a la particularité de transmettre ce qui est tapé sur un clavier à un autre Télex similaire à n'importe quelle distance.

Il ne s'agit pas de confondre la presse que nous voulons nous donner avec des moyens de communication interne rapide dont nous voulons nous doter.

Un Télex est relié à un réseau automatique semblable à celui du téléphone. On compose les numéros d'abonnés à l'aide d'un cadran. Ce réseau automatique télex présente la particularité d'être peu surchargé, d'où une facilité plus grande pour obtenir les communications.

L'exploitation d'un appareil Télex se fait de deux sortes :

① **manuellement** (on-line) : L'opérateur fait le numéro de son correspondant, dès réponse de celui-ci, il commence à frapper le texte à transmettre sur son clavier, et celui-ci s'écrit automatiquement à l'autre bout.

② **en transmission automatique** : L'opérateur frappe directement son texte sur son appareil, et une bande perforée obtenue ainsi permet ensuite l'envoi des communications en transmission automatique. Les avantages de ce moyen de transmission sont une plus grande vitesse de frappe (2 ou 3 fois plus grande), d'où communications plus courtes, l'envoi du message

peut ensuite être expédié à plusieurs reprises sans nécessité d'une nouvelle frappe dactylographique. L'inconvénient est l'adjonction d'appareils supplémentaires : perforatrice et transmetteur automatique, d'où augmentation du coût de l'installation et de la location d'une manière assez substantielle. Le volume d'informations échangées pourrait permettre de limiter, dans un premier temps, l'utilisation de ce moyen de transmission au pool téléx de la Confédération.

Le procédé de téléx peut fonctionner par le support de lignes privées, mais ce procédé utilisé par les entreprises est très coûteux. La formule la plus courante et la moins onéreuse est intégrée au réseau des P.T.T.

L'installation d'une ligne correspond actuellement aux frais suivants :

• Taxe de raccordement	500 F
• Taxe d'installation	75 F
• Avance de 18 mois de location au départ	2,700 F
• Frais mensuels :	
Abonnement	150 F
Entretien	90 F

Il faut donc compter par poste de téléx raccordé au réseau une mise de fonds au départ de 3.275 F et 240 F de frais mensuels par la suite.

Ensuite, le coût des communications téléx étant inférieur à celui des communications téléphoniques (entre 45 et 19% du coût d'une communication téléphonique), l'utilisation du téléx est une source d'économie à la transmission des messages.

Il serait évidemment intéressant que toutes les Unions départementales soient raccordées au réseau téléx. Dans un premier temps, il faudrait au minimum prévoir le raccordement des Unions Régionales. Une fois le réseau existant, tout raccordement ultérieur ne pose aucun problème si ce n'est celui du financement de l'installation et de l'abonnement.

Pour un réseau s'étendant à l'ensemble des régions, l'implantation téléx de la C.F.D.T. pour faire face au volume d'informations nécessiterait :

- **Unions régionales** : un téléimprimeur seul,
- **Confédération** : création d'un pool téléx comprenant 2 téléimprimeurs, 2 perforatrices et 2 transmetteurs automatiques.

Si nous ne voulons pas être déphasés en permanence dans le domaine de la transmission de nos informations, nous devons faire face à cette installation et considérer cette opération comme une priorité.

Le développement du réseau de téléx par les P.T.T. a amené les coûts à un niveau qui est à notre portée. Mais cela ne peut évidemment pas se réaliser sans que les moyens financiers pour le faire ne soient introduits dans les budgets des différentes structures intéressées.

Un tel réseau de téléx, une fois mis en place, ne serait évidemment pas seulement à la disposition de la Confédération en tant que telle, mais aussi à toutes les Fédérations et syndicats nationaux qui auront des messages urgents à passer par le canal des Unions régionales. Ils sont donc directement intéressés à la mise en place d'un tel instrument.

NOS POSSIBILITÉS DANS LE DOMAINE AUDIO-VISUEL

Par l'extraordinaire développement de la télévision, le besoin de son et surtout d'image s'introduit peu à peu dans les esprits et modifie même les mentalités en ce qui concerne la perception des messages informatifs. L'audio-visuel assimile le message reçu au vécu, et faisant appel à la totalité des sens, rencontre une plus grande résonance et dispose en même temps d'une plus grande capacité d'éveil. Le besoin de l'image s'introduit dans les mœurs.

Il est évidemment exclu pour nous de rivaliser avec des moyens qui nous seraient propres, avec les grands moyens de masse. Est-il pour autant exclu que nous amorcions dans ce domaine comme dans d'autres un processus de « contre-information » ?

Un essai a été tenté dès 1968 sur l'initiative de Roger Louis à la suite des événements de mai-juin. La conscience de l'importance stratégique capitale de la télévision était alors très vive. C'est pour mettre en place un contre-poids que « certifié exact » a été lancé avec la participation de la C.F.D.T. L'expérience réunit comme partenaires associés les Mouvements d'éducation tels que foyers ruraux, Ligue de l'Enseignement, Maisons des Jeunes et de la Culture, et les organisations syndicales C.F.D.T., C.G.T. F.E.N.

Le système consistait à créer tous les mois un document audio-visuel sur une question d'actualité opposé à l'information « officielle » ou publique.

De nombreux documents de qualité ont été réalisés.

Le support technique choisi était celui du 16 mm en couleur, d'une durée de 40 à 50 minutes.

Par la suite, le procédé a fonctionné à partir d'un système d'abonnement, mais des difficultés d'exploitation ont surgi du fait qu'il aurait fallu un minimum de 2.000 abonnés pour assurer un équilibre financier. Le chiffre de 1.230 était insuffisant, et sur ces 1.230 il y en avait 26 pour la C.F.D.T., dont 15 sur Paris.

Comme souvent, nous avons des idées intéressantes et généreuses, mais au moment de l'application, les rangs des camarades pour les mettre en œuvre sont clairsemés.

Ces difficultés ont obligé le CREPAC (Centre de Production) à faire appel aux crédits publics et ont conduit à d'importantes modifications de l'organisme.

Aujourd'hui, il existe de toute façon comme centre de production de matériel audio-visuel de tous genres, et dispose depuis le mois de juin d'un équipement mobile d'intervention qui peut être loué aux organisations, autant pour la production que pour la projection de messages.

Les raisons de l'échec se trouvent peut-être aussi dans les difficultés techniques du support retenu : le matériel de projection pour le 16 mm est assez coûteux et lourd, son maniement exige de la compétence et la durée de projection de presque une heure ne laisse pas suffisamment de temps à la discussion collective si le temps dont disposent les travailleurs est limité.

Dans la gamme des possibilités techniques audiovisuelles, les vidéo-cassettes apparaissent dès à présent comme ce qui sera le plus adapté à nos besoins.

En matière d'information, nous recherchons avant tout le message susceptible de provoquer et de faciliter la discussion collective. Rien n'est plus efficace en ce domaine qu'un message audio-visuel de 15 à 20 minutes sur une question précise, introduisant, mieux que cela ne peut se faire par un exposé, les éléments d'information nécessaires pour un débat.

En effet, comme pour le reste de l'information, nous voulons utiliser l'audio-visuel en fonction du débat collectif des travailleurs, et en priorité au niveau de l'entreprise. La vidéo-cassette peut jouer ce rôle, comme le font par exemple les films introductifs pour les émissions « A armes égales » à la télévision.

Quelle serait, par exemple, la force de pénétration d'un enregistrement sur une grève comme celle du « Joint Français » passé dans les entreprises du trust de la région concernée pendant une heure de discussion syndicale sur les lieux de travail ? (Ainsi que nous le réclamons et que nous commençons à le pratiquer.)

L'impact et l'importance de ce moyen peuvent d'autant moins nous échapper que la diffusion massive des vidéo-cassettes sera dans quelques années à la mesure des disques et des mini-cassettes de magnétophone. Le problème du coût, s'il limitera dans un premier temps la consommation individuelle à une élite est surmontable au niveau d'une collectivité, telle qu'un comité d'entreprise, par exemple.

Un début d'équipement a été réalisé par la Confédération à Bierville. Particulièrement bien adapté aux nécessités de la pédagogie active, le magnétoscope est devenu un instrument indispensable à la formation.

Il l'est de même dans le domaine de l'information.

Est-il possible d'amorcer à cet usage un plan d'équipement de l'organisation.

Pour cela nous devons tenir compte d'un problème technique. Celui de la standardisation. En effet, les différentes techniques en présence sur le marché n'ont pas encore réussi à trouver une standardisation du matériel permettant de projeter le message sur n'importe quel instrument de projection.

Si nous voulons peu à peu mettre en place un réseau de projection, il faut que les initiatives prises au niveau des différentes structures de la Confédération portent sur le même type de matériel, et cela jusqu'au niveau de l'entreprise. (Par exemple si un tel investissement est réalisé par un comité d'entreprise.)

Le deuxième problème important est celui de l'équipement progressif. Si nous n'avons jamais pu diffuser de documents audio-visuels dans de bonnes conditions, cela tient essentiellement à l'absence de matériel audio-visuel. Ainsi l'enregistrement sur vidéo de l'émission « A armes égales » entre E. Maire et Fontanet n'a jamais pu être projeté depuis par manque de support technique.

Pour cela les organisations peuvent évidemment recourir au matériel CREPAC - matériel loué - mais le coût de la location est assez cher, surtout pour des organisations de base. Il y a néanmoins moyen d'y faire appel à des moments exceptionnels (par exemple à l'occasion de grève de longue durée, de manifestation, etc...).

Tôt ou tard, l'organisation devra faire l'effort de s'équiper dans ce domaine. Un premier pas a été fait à Bierville. L'acquisition de l'ensemble des appareils (de production et de projection) revient à 20.000 F environ. Il devrait être possible d'équiper le siège de la Confédération (salle n° 1 rue Montholon) du matériel nécessaire. Mais le problème devient plus important dès que le plan d'équipement s'étend aux régions, ce qui est absolument nécessaire pour permettre une véritable diffusion de masse.

Même sur 5 ou 6 ans, l'effort d'investissement est important car il s'agirait de trouver sur une telle période quelque 300.000 à 400.000 F pour mettre en place un réseau audio-visuel utilisable. Mais la mise en place d'un tel équipement nécessite aussi un minimum de frais de fonctionnement pour que la production et l'exploitation de documents puissent se faire dans de bonnes conditions.

LA NOUVELLE REVUE C.F.D.T.

Dans nos besoins d'information, celui des militants et responsables de l'organisation aux différents échelons est essentiel. Ce sont eux qui devront être capables de procéder à une analyse approfondie et permanente, en fonction des situations qu'ils rencontrent.

C'est tout autant un problème de formation et d'information, mais les deux sont toujours liés.

Tel que nous le concevons « Syndicalisme-Hebdo » ne pourra répondre que très partiellement à ce besoin, d'où la nécessité d'une revue.

Le problème a été abordé par le Bureau National à plusieurs reprises, et l'orientation retenue porte sur la création d'une revue qui devrait atteindre en 5 ans une couche de 6.000 militants qui sont les cadres de l'organisation.

- L'intérêt d'une telle revue est d'éclairer la démarche, la stratégie et la pratique de la C.F.D.T.
- Les articles devront être reliés entre eux par une même ligne politique.
- Compte tenu que ce sont les militants qu'il faut intéresser à la revue, il y aura à faire un effort particulier et soutenu d'adaptation du vocabulaire ainsi que dans la manière d'approcher les problèmes.

De plus, l'information ne doit pas seulement se faire du sommet à la base, le mouvement inverse est absolument nécessaire.

Pour l'essentiel, le contenu devrait porter sur les chapitres suivants :

Recherche

Elle ne doit pas être intellectuelle mais partir de la pratique. Elle doit relier les revendications et l'action respectivement aux perspectives et à la stratégie de la C.F.D.T. c'est-à-dire être concrète, partir des situations vécues par les travailleurs.

Il faudra donc confronter le vécu des militants avec l'apport d'universitaires et des spécialistes au cours de réunions d'échanges. Il y a là une expérience à tenter, ce sera la première revue de ce type.

Nous devrions de ce fait avoir une clientèle extérieure à l'organisation, ce qui serait positif pour la compréhension de notre action.

Dossiers sur problèmes

Pour que l'élaboration des positions de la C.F.D.T. soit démocratique - et en fonction du plan de travail de l'organisation - il semble nécessaire que sur quelques thèmes essentiels, fixés par le Bureau National (ou la commission exécutive), la nouvelle revue publie des éléments de réflexion permettant aux militants de partir des mêmes informations sans devoir chercher ailleurs.

Ces études pour un thème donné ne devraient pas être l'objet de volumineux dossiers... qu'on ne lit pas, mais étalées sur plusieurs livraisons.

L'apport de divers secteurs, des commissions du Bureau national et du B.R.A.E.C. sera à prendre en considération sans toutefois pour autant publier ces études dans leur forme première.

Analyse de conflits

Il s'agit d'analyse de conflits significatifs par rapport à la stratégie ou aux perspectives de la C.F.D.T.

Il faudra bien faire apparaître les points de vue des différentes structures, les confronter, donner des avis extérieurs, plutôt que d'engager la revue.

Le mouvement syndical à travers le monde

Il faudrait aussi pouvoir situer les luttes et les positions des syndicats étrangers dans l'ensemble de leur contexte.

Les moyens au service de l'action

Pour la périodicité, la parution bimestrielle est prévue.

La création d'une telle revue, élément indispensable dans notre politique en matière d'information, nécessite un important effort financier à retenir dans le budget confédéral pour une période de 5 ans.

D'AUTRES MOYENS

Notre politique d'information, en ce qui concerne les moyens qui nous sont propres, couvre d'autres domaines que nous n'aborderons pas dans le détail :

- production de matériel de propagande (affiche, matériels soutenant l'effort d'adhésion),
- publication de brochures (par le canal de l'Economat),
- rationalisation et développement de nos moyens de tirage et d'impression,
- organisation de l'information interne (« Nouvelles C.F.D.T. » circulaires).

Celui de la propagande mériterait d'être approfondi car si l'essentiel de notre travail d'information doit aider à l'élaboration des revendications et à la prise de décision dans l'action il est essentiel de populariser les positions, les objectifs prioritaires quand ceux-ci ont été retenus.

La propagande consiste alors à les faire connaître au maximum à la grande masse par les moyens adaptés.

Le travail se réalise à partir de supports pratiques et concrets (slogans, dessins, affiches...) et doit obligatoirement avoir un caractère répétitif.

Actuellement les problèmes de la propagande sont pris en charge d'une façon dispersée. Il est important que la créativité s'exerce à tous les niveaux mais il faut qu'au niveau confédéral la responsabilité soit prise en charge de façon à produire le maximum de moyens dans les meilleures conditions.

Il n'est pas possible d'aborder tous les problèmes d'information à la fois. Chaque domaine mériterait une étude approfondie. Nous avons tenu à nous limiter à quelques objectifs prioritaires qu'il faudra que la C.F.D.T. aborde dans les 3 prochaines années avec une volonté politique et pratique d'améliorer et de rationaliser au maximum nos instruments et nos outils d'information.

VOLONTÉ POLITIQUE

Dans la situation actuelle, les fonctions et les responsabilités en matière d'information sont très dispersées.

D'une part, et cela est normal, les différents niveaux des organisations confédérées manifestent dans ce domaine un maximum d'initiatives. Mais celles-ci méritent d'être examinées en vue de rechercher le moindre gaspillage et le maximum d'efficacité.

D'autre part, et cela est moins normal, les responsabilités au niveau confédéral se répartissent sur plusieurs secteurs, alors qu'elles devraient être rassemblées sur un seul pour trouver une plus grande cohérence politique et une plus grande efficacité.

VOLONTÉ PRATIQUE

Il ne peut y avoir de politique d'information sans moyens. Nos outils d'information ne peuvent se développer qu'à la condition de dégager des moyens sur nos finances.

Ces réalisations ne concernent pas que la seule Confédération en tant qu'appareil, mais aussi des fédérations et les régions. Le problème du coût de certains investissements et de certains services est très différent s'il doit être porté par la Confédération seule, ou s'il peut être partagé avec les organisations qui sont concernées et y trouvent leur intérêt.

Ainsi, pour la mise sur ordinateur de notre fichier d'adresses, le coût est très différent et peut s'amortir beaucoup plus facilement si l'opération porte autant sur les fichiers de la Confédération que sur ceux des fédérations et des syndicats nationaux. De même, l'amortissement d'un réseau de télex est très différent s'il est partagé par les organisations nationales qui pourront l'utiliser que s'il n'est pris en charge que par la Confédération.

Pour chacun des moyens que nous avons à améliorer ou à mettre en œuvre, soit à court ou à long terme, se pose un problème financier, d'une part pour réaliser les investissements nécessaires à leur mise en place, et d'autre part pour leur assurer de bonnes conditions de financement.

Comment y faire face ?

Il y a en premier lieu les ressources provenant des moyens et instruments eux-mêmes, abonnement à « Syndicalisme » ou à la revue, prix de prestation pour les services, etc...

Nous poursuivons depuis toujours une politique qui consiste à rechercher à chaque fois que cela est possible l'équilibre financier de l'outil que nous mettons en place. Ainsi, pour la nouvelle revue, l'équilibre ne pourra être trouvé qu'au bout d'un temps assez long, et en général les moyens pour mettre en place les équipements doivent être trouvés avant toute possibilité de recherche d'équilibre financier (ainsi par exemple pour le télex, ou le plan d'équipement d'un réseau audio-visuel).

Dans cette politique de recherche d'équilibre au niveau des moyens d'information, il est important qu'une compensation puisse jouer entre les différents instruments. L'essentiel, en premier lieu, c'est que l'argent provenant de l'information soit consacré au développement de nos moyens d'information. Ainsi, il est envisagé que les recettes provenant de la vente de l'Agenda, qui alimentaient jusqu'à présent les besoins de l'Economat, aillent au lancement de la nouvelle revue.

Le développement de certains de nos moyens doit nous procurer quelques ressources supplémentaires. Ainsi, les numéros spéciaux de Syndicalisme-Magazine pourraient jouer ce rôle à la condition que l'ensemble de l'organisation s'attelle à une diffusion de masse.

Mais cette politique de recherche d'équilibre n'est pas suffisante. A moins d'en rester à des vœux pieux, il faut intégrer le coût d'un certain nombre de réalisations dans le budget confédéral et l'assurer par une contribution de tous les adhérents de la C.F.D.T. Laisser la charge de nos moyens d'information sur le seul coût des services (abonnement, etc...). C'est en fait léser ceux qui font un effort maximum d'information; or, c'est toute l'organisation qui est concernée.

Nous nous trouvons devant un choix.

Le premier consiste à faire supporter à ceux qui les utilisent la charge financière des moyens que nous mettons à leur disposition. Cette solution pénalise ceux qui font déjà le plus d'efforts en matière d'information.

Le deuxième consiste à intégrer dans cette prise en charge au moins pour une part (à partir des options retenues, il s'agit notamment du coût supplémentaire qu'elles ont pour conséquence) dans la contribution de tous.

Soit en prévoyant à cet effet dans le budget confédéral les sommes nécessaires dans le cadre de la cotisation confédérale retenue.

L'amélioration de nos instruments d'information ne peut se réaliser sans augmenter les moyens financiers consacrés à cet effet. La prise en charge du coût de l'information par les seuls destinataires directs des moyens d'information est une situation anormale.

Le congrès aura à décider dans ce domaine et notamment de la part du coût des moyens d'information confédéraux qui seront pris en charge par le budget confédéral.

Actuellement, pour faire face à un minimum de possibilité d'amélioration des moyens qui nous sont propres, la part consacrée à l'information, notamment pour Syndicalisme, devrait dans l'état actuel du budget confédéral atteindre 5% du montant de celui-ci.

Pour atteindre cet objectif, le bureau national fera des propositions au congrès à l'occasion de la décision sur la fixation de la part confédérale pour 1974 et les années suivantes.

Le 1^{er} décembre 1972.

ANNEXE

projet de résolution d'orientation pour le rapport : LA C.F.D.T. ET L'INFORMATION

L'expérience quotidienne des luttes syndicales met en évidence l'importance stratégique prioritaire de l'information.

L'information est au cœur de l'action. Elle intervient de façon déterminante dans le combat que mènent les travailleurs.

« Partout l'information est au service du pouvoir politique ou des couches sociales qui détiennent les pouvoirs économiques. Cet accaparement des moyens d'information ne fait que s'accroître avec l'évolution technique qui exige une grande concentration de moyens financiers. »

Accepter de laisser l'information aux mains d'un pouvoir politique centralisé ou aux mains d'entreprises capitalistes, ce serait accepter de ne connaître et juger les événements qu'à travers les idées que veulent nous imposer des couches dominantes de la société.

Le domaine de l'information doit donc être aussi un terrain de notre lutte de classes. Les travailleurs doivent conquérir la possibilité de comprendre ce qu'ils vivent et ce que vivent les autres afin de mieux pouvoir agir pour leur émancipation.

Cette lutte vise :

- à s'opposer à la main-mise des pouvoirs capitalistes sur l'information,
- à la socialisation des grands moyens d'information,
- à développer l'information syndicale.

1 - Contre la main-mise du capitalisme sur l'information

Les forces capitalistes identifient la notion de liberté d'expression et de liberté de la presse avec leur propre liberté de créer des entreprises productrices d'information.

Ainsi, les forces capitalistes utilisent les grands moyens d'information dans leur combat idéologique de classe pour assurer le maintien et l'expansion d'une société basée sur le profit, l'inégalité, la subordination hiérarchique et pour véhiculer un modèle de société et de rapports entre les hommes qui répond à leurs intérêts.

Nous devons contribuer à rendre les travailleurs conscients :

- de cette politique,
- du processus de main-mise des capitaux privés sur les entreprises productrices d'information,
- du soutien que les pouvoirs publics apportent à cette politique.

Cette prise de conscience est indispensable pour assurer le développement de l'action des travailleurs.

Le Congrès souligne l'action des syndicats C.F.D.T. des travailleurs de la presse et de l'audio-visuel contre cette main-mise des forces capitalistes et du pouvoir politique sur les grands moyens d'information. Mais, cette lutte ne saurait être le seul fait de ces travailleurs. Elle concerne l'ensemble des forces populaires.

2 - Pour une socialisation des moyens d'information

La majorité actuelle met au service de sa propre politique les grands instruments publics d'information et notamment l'O.R.T.F. qui sont la propriété de la nation.

Tout état centralisé risque de s'en servir de la même façon et de transformer l'information en propagande.

La C.F.D.T. avance des exigences allant dans le sens d'une socialisation des moyens de production et de diffusion de l'information. Il s'agit de permettre à partir d'une toute autre intervention des fonds publics une véritable liberté et une pluralité d'expression, s'insérant dans la perspective d'une société socialiste autogérée.

3 - L'information syndicale

Nous agissons enfin en développant nous-mêmes une information par des moyens qui nous sont propres et que les travailleurs peuvent maîtriser et contrôler à travers l'organisation syndicale.

Notre conception du syndicalisme de masse et de classe nous conduit à rechercher les moyens permettant à l'organisation de rendre les travailleurs capables de conduire eux-mêmes leur lutte en faisant de l'organisation syndicale l'instrument essentiel de celle-ci. Notre information doit répondre à cette conception. Nous lui assignons comme but :

- ① de faire connaître les positions et les objectifs de la C.F.D.T.
- ② de permettre et d'alimenter la discussion collective démocratique entre les travailleurs et les adhérents,
- ③ de favoriser l'action collective pour faire aboutir leurs revendications.

Priorité à l'information à la base

Nous accordons la priorité dans nos moyens d'information à ceux pouvant être créés à la base et notamment au niveau de la section syndicale à partir des réalités vécues par les travailleurs.

L'information diffusée par l'organisation doit donc aller en priorité à la section syndicale. Ce sont les adhérents groupés en section syndicale qui constituent le meilleur collectif pour recevoir, traiter et reproduire les informations à ce niveau.

L'information sur les événements significatifs concernant la vie et l'action organisées des travailleurs ne suffit pas. Nous devons aider les travailleurs à développer leur capacité d'analyse afin de leur permettre de situer leurs problèmes et leur lutte dans un ensemble et à tenir compte de toutes les données de la situation.

Cette information n'est pas seulement écrite mais recouvre toutes les occasions naturelles

d'échanges tout particulièrement sur les lieux de travail.

Cette volonté de privilégier l'information par la section syndicale d'entreprise et les structures syndicales de base doit nous conduire à leur assurer les moyens nécessaires à cet effet : moyens financiers, information sur ce qui se passe ailleurs, techniques. Nos efforts de formation, en particulier, doivent prendre en charge les besoins de plus grande capacité dans les techniques d'expression et d'analyse.

Portées par toutes les organisations confédérées :

Ces priorités sont à prendre en charge par les structures syndicales à tous les niveaux car la politique d'information doit être portée par toutes les organisations confédérées. Chacune d'elles, fédération professionnelle, union régionale ou union interprofessionnelle de base a à décider des destinataires auxquels s'adresse l'information qu'elle produit : ensemble des travailleurs, adhérents, collectifs et militants des sections syndicales, etc...

Il faut pour cela tenir compte du rôle spécifique de chacune des structures et de la nécessité d'éviter au maximum le double emploi, le gaspillage et la dispersion des moyens.

Au niveau des moyens dont la Confédération peut disposer :

Compte tenu des priorités retenues, la Confédération privilégiera, dans ses moyens propres, ceux qui s'adressent à l'ensemble des militants des organisations ayant à produire, à adapter et à diffuser des informations.

L'ensemble des membres actifs de la section syndicale constitue le collectif. Ils doivent tous disposer du même niveau d'information.

C'est donc Syndicalisme Hebdo qui doit être l'organe de presse privilégié au niveau confédéral, comme instrument alimentant la réflexion, la discussion et l'action collective.

Pour cela, il faut que Syndicalisme-Hebdo puisse être amélioré dans sa présentation, afin d'être utilisable par tous les militants. Il faut qu'il soit pris en charge par les structures syndicales, contribuant ainsi à l'augmentation de sa diffusion dans le sens que nous avons retenu.

Le développement des éditions fédérales de Syndicalisme-Hebdo est un des moyens allant dans le sens ainsi défini.

Le congrès souhaite que des moyens adéquats soient mis en place dès que possible pour que Syndicalisme-Hebdo paraisse régulièrement chaque semaine (alors qu'actuellement il y a chaque mois une semaine où il ne paraît pas).

À côté de Syndicalisme-Hebdo, le Magazine reste l'organe confédéral destiné à la masse des

travailleurs et aux adhérents. Ce n'est que si Syndicalisme-Hebdo arrivait à devenir un organe largement amélioré dans sa présentation et vraiment hebdomadaire que se poserait différemment le problème du double emploi de ces deux journaux.

Mais pour faire de Syndicalisme-Magazine un organe de masse, il doit être porté davantage par les structures de l'organisation et devenir un support de l'action, notamment au niveau de la section syndicale d'entreprise.

L'amélioration de nos instruments d'information ne peut se limiter à Syndicalisme mais doit porter sur toute une gamme de moyens comme la mise sur ordinateur du fichier, la revue « Aujourd'hui », la mise en place d'un réseau télex, l'amorce d'un plan d'investissement en matériel audio-visuel. Dans ces moyens, la Confédération aura à retenir un

ordre prioritaire de réalisation en fonction des possibilités financières.

Mais aucune de ces améliorations ne peut se réaliser sans augmenter les moyens financiers consacrés à cet effet. La prise en charge du coût de l'information par les seuls destinataires directs des moyens d'information (notamment par le canal du prix d'abonnement) est une situation anormale. Le congrès décide donc qu'une part du coût des moyens d'information confédéraux sera prise en charge par le budget confédéral.

A cet effet, la part consacrée à l'information, notamment pour Syndicalisme, exige dans l'état actuel du budget confédéral 5% du montant de celui-ci. Pour atteindre cet objectif, le Bureau National fera des propositions au congrès à l'occasion de la décision sur la fixation de la part confédérale pour 1974 et les années suivantes.

Syndicalisme

26, rue Montholon, 75439 Paris Cedex 09. Tél.: TRU. 91-03.
Abonnement: 35 F par an. CCP CFDT 283-24 PARIS. Cet
abonnement comprend l'hebdomadaire et le magazine mensuel.
Directeur de la publication: Laurent Lucas. Rédacteur
en chef: Noël Monier. Travail exécuté par des ouvriers syndiqués.
Maquette: Françoise Bougenot. Impression: Imprimerie
Alsatia Colmar. Réalisation: Montholon-Services.