

**Colloque « Propagande, information, communication »**  
**IHS CGT 18-19 novembre 2009**

**Se battre pour des idées en partant du vécu :**  
**bref retour sur une expérience**

par André Jaeglé ancien directeur d'Options

---

Cette communication est une tentative de saisir certaines des relations complexes existant entre les trois notions qui font le titre du colloque : *propagande, information, communication*. Certaines des affirmations et des analyses proposées correspondent à ce que j'ai pensé à l'époque et consigné par écrit dans des notes et des rapports que j'ai conservés. Si je n'ai pas fondamentalement varié sur l'essentiel, il y a bien des choses que je dirais autrement aujourd'hui.

Vers la fin des années 70, l'UGICT a souhaité rénover en profondeur la formule du journal Options. Depuis sa création, la pratique était celle d'un partage du travail de rédaction entre journalistes professionnels et militants. L'idée maitresse de la rénovation était de coller à l'actualité ce que ne permettait pas vraiment un mensuel. Options est donc devenu « quinzomadaire » (vocabulaire que j'ai personnellement toujours trouvé très laid, mais là n'est pas le problème). La nouvelle politique éditoriale s'énonçait en trois mots : « partir du vécu ». On avait agrandi le format sans atteindre le tabloïd, mais suffisamment pour donner plus de possibilités aux maquettistes. La rédaction était entièrement assurée par des journalistes professionnels à l'exception de l'éditorial. C'est pour la mise en œuvre de ce projet que la direction du journal m'avait été confiée à compter du 1<sup>er</sup> janvier 1978.

Les instances de l'UGICT avaient été consultées — sinon associées en profondeur — quant à la définition de ce *partir du vécu*. Tout le monde adhérait à la formule sans en mesurer alors la portée, moi-même le premier. Cela ne se discutait pas. Le but était évidemment d'accroître la diffusion. Pour cela, le changement de formule ne suffisait pas : le rôle des militants était décisif ; on pouvait légitimement espérer que le journal, se voulant plus proche du vécu réel, donc de l'actualité, tant par la périodicité que par le choix éditorial, serait plus facile à diffuser. Très vite, certains militants ont manifesté leur satisfaction et m'ont encouragé à persévérer. Mais on ne peut pas dire qu'il y ait eu un grand élan.

Une première alerte est venue lorsque, invité à présenter le nouveau journal dans une UD (je crois que c'était la Haute-Garonne), la responsable qui organisait la réunion l'avait ouverte en se référant à l'importance de la « bataille d'idée ». Instantanément, en entendant cela, je me suis mis à réfléchir intérieurement : s'agissait-il vraiment, avec la nouvelle formule, d'une bataille d'idée ? Ce concept pouvait, à la rigueur, s'appliquer à la politique éditoriale des années 65 à 68 où il s'agissait de donner des justifications, une sorte de base théorique, à notre plateforme revendicative en cours d'élaboration ? Mais avec le nouveau quinzomadaire le but était de donner envie de l'ouvrir, d'y découvrir des titres et des dessins « accrocheurs », des sujets, des informations qu'on ne trouvait pas ailleurs. Bref, il s'agissait, dans mon esprit, d'établir le contact avec des lecteurs, ce qui pouvait exiger, de notre part, une certaine patience, de ne pas asséner de but en blanc telle ou telle de nos idées.

La perception du vécu est bien loin de contribuer positivement à la progression de nos idées. L'une des idées que l'UGICT s'efforçait de « propager » (y compris à l'intérieur de la CGT)

c'était la différence entre le syndicalisme catégoriel et le syndicalisme spécifique à l'intérieur d'une confédération regroupant toutes les « catégories » de salariés. Or quotidiennement, le vécu donnait une « idée » tout autre, au point que quand un syndicat ouvrier parlait des cadres, il désignait la CGC !

À cette époque, autre exemple, la question des augmentations de salaires faisait débat : augmentations identiques pour tous en valeur absolue ou augmentations en pourcentage. L'UGICT avait construit une position subtile consistant à dire « on ne demande pas le maintien de la hiérarchie de salaire c'est-à-dire un rapport constant entre le plus bas et le plus haut salaire. On demande le maintien de « l'amplitude hiérarchique » c'est-à-dire maintien du rapport entre la base et le sommet des grilles conventionnelles ou statutaires avec élévation des bas salaires dans ces grilles, la base de la grille n'étant plus qu'une référence. Autrement dit, le resserrement vers le haut. L'idée était claire, mais les mots pour l'exprimer, eux ne l'étaient pas. Et rien, dans le vécu quotidien des salariés, même des cadres, ne venait au secours de cette « idée ». Le contenu vécu du mot hiérarchie l'emportait sur tout le reste et rendait notre position indéchiffrable si ce n'est par de militants avertis. Il fallait ouvrir le débat. C'est par le débat et par l'expérience que les idées qu'on veut faire progresser ont une chance de se propager.

Le rôle de la presse syndicale était, à mon avis à l'époque, d'établir le contact, d'attirer l'attention. Le vécu n'est pas spontanément l'illustration de nos idées ! D'ailleurs, quelles idées ? On me dira que cela dépend de quel vécu on parle.

Je ne me souviens plus de la façon dont j'ai réagi lorsque cela a été mon tour de parler à cette réunion à Toulouse. J'ai probablement fait des réserves prudentes, mais je ne sais plus lesquelles. Ce n'est pas important. En revanche, de retour à Paris, j'ai eu à choisir entre deux voies : faut-il sélectionner le vécu qui va dans le bon sens parce qu'elles illustrent nos conceptions, ou bien faut-il parler de tout, y compris, par exemple des formes que prenaient certaines oppositions à la conception de l'organisation spécifique. J'ai fait délibérément le choix de ne pas trier et d'encourager les journalistes à se saisir de tout ce qu'ils voyaient. Cela nous permettait beaucoup d'audace.

Si un lecteur pouvait changer d'opinion par simple lecture, au besoin répétée, de textes n'exigeant aucun effort, il n'y aurait pas d'opinion publique ni de courants d'opinion, mais un chaos d'idées. Si nous avons l'ambition de faire « bouger les idées », c'est par l'ensemble de notre action syndicale et pas seulement par la presse.

Au bout de huit mois de parution, le choix était : ou bien rester un journal de lecture facile, ou bien céder aux sollicitations, nombreuses, de ceux qui regrettaient de ne pas y voir **nos** idées mieux mises en valeur. (En précisant que dans cette deuxième catégorie, le « nos idées » était loin de recouvrir une conception unique !)

Une observation s'impose : L'UGICT, avec toute la CGT, se veut être l'organisation de ceux qui ne baissent pas les bras, n'acceptent pas leur situation, veulent être actifs, bref qui rejettent **la facilité**, acceptent **les difficultés** et **croient** profondément que c'est là une nécessité non seulement pour eux-mêmes mais aussi pour ceux qui n'ont pas fait ce choix (ou plutôt, pensent-ils peut-être, qui n'ont pas **encore** fait ce choix). Il y avait en même temps — et cela paraît contradictoire — une sorte de zone réservée dans cet état d'esprit : c'était la question de l'établissement d'une communication avec ceux qui ne pensaient pas ou n'agissaient pas comme eux. Est-ce parce que beaucoup sont venus à la CGT « à cause de leurs idées » ? Il est

difficile d'imaginer que l'on puisse prendre place dans l'action syndicale avec d'autres idées que celles qu'on a soi-même. En fait les militants aimeraient que des idées et de démarches complexes et non seulement demandant un effort intellectuel mais impliquant, au bout du compte, un engagement, soient exposées de façon immédiatement recevables. C'est un état d'esprit. Le choix de la lecture aisée d'un journal intéressant, d'un journal où le lecteur puisse toujours espérer trouver quelque chose qu'il ne savait pas, ce choix, allait à l'encontre de cet état d'esprit de lutteurs, de militants animés par des idées fortement ancrées en eux. Et pourtant, la communication passait par là. Du moins était-ce ma conviction.

Sur ce fond (le plus souvent inexprimé), un débat s'est établi en 1979 : (il avait déjà eu lieu mais n'avait par réellement retenu l'attention) : A qui devait s'adresser Options Quinzaine ? Aux militants ? Aux adhérents ? A tous les ICT ?

Cette question fut formellement soulevée à la CE d'Octobre 1978 puis au Conseil National de novembre 1979, lequel mit fin à l'expérience.

La distinction adhérent de base/tous les ICT faisait une double hypothèse sur ce que peuvent être ce "tous les ICT" et sur ce que sont vraiment les adhérents de base. Quand on dit "tous les ICT", c'est forcément ceux d'entre eux qui, sans être adhérents, sont néanmoins suffisamment conscients de la signification des luttes sociales et de leurs propres responsabilités sociales pour ne pas exclure de rechercher une information dans OPTIONS, journal de l'UGICT-CGT, pour peu que ce journal soit crédible. Dans ce cas OPTIONS les aidera à évoluer s'ils y trouvent une certaine façon de traiter de leurs propres revendications. Pouvait-on viser plus loin ? Ce n'était pas mon avis. Ce n'était pas de cela que nous avions le plus besoin.

Quant aux adhérents de base, ce n'est déjà pas toujours si facile de les garder, comme adhérents. Ils ne sont pas inconditionnels. Je ne partageais pas le point de vue selon lequel, si nous décidions de limiter notre cible aux adhérents, nous pourrions nous contenter d'un journal plus modeste dans sa présentation, donc moins cher (pas beaucoup moins d'ailleurs, sauf à renoncer aux journalistes). Si les adhérents de base avaient eu vent de ce point de vue, certains n'en auraient peut-être pas été affectés, car ils étaient à la CGT de toute façon. Mais il y en a certainement d'autres qui auraient mal accepté de se voir considérer comme moins dignes d'effort que ceux qui n'avaient pas encore fait le pas de l'adhésion.

Il me semblait qu'au contraire, non seulement être à la CGT vous donne le droit d'être mieux traité, mais encore que c'était notre intérêt de faire plus pour "tirer" ceux qui, tous comptes faits, étaient censés être le terrain le plus propice au développement de notre bataille d'idée. Il leur faut une information syndicale agréable, inédite. Ils ont droit à un journal où ils se sentent concernés, et dont ils soient fiers, de sorte qu'ils puissent le montrer, voire contribuer à élargir sa vente, mais surtout qui soit un moyen de communication.

Quant à la distinction militant/adhérent de base, elle soulevait (et probablement soulève encore) des contradictions insolubles du point de vue journalistique. Pratiquement, ou bien le militant retrouvera dans OPTIONS ce qu'il aura lu par ailleurs, ne prendra pas le temps de le lire et se désintéressera de sa diffusion. Ou bien il y trouvera autre chose qui le surprendra, voire l'inquiètera quant à l'orientation, (exception bien entendu, des papiers exprimant directement nos positions). Et, dans ce cas c'est l'opportunité de la diffusion qu'il mettra en doute. C'est d'ailleurs ce qui s'est passé lorsqu'un journaliste proposa une série de papiers sur le nucléaire qui provoquèrent de vives réactions.

Ne devions-nous pas "viser" une clientèle diverse par la catégorie socioprofessionnelle certes, mais aussi par son expérience militante, son rythme d'activité syndicale, et par ce que j'appellerai faute de mieux sa tournure d'esprit : OPTIONS Quinzaine c'était une démarche, marquée notamment par l'esprit de tolérance qui avait animé le 40<sup>ème</sup> Congrès confédéral. Mais il ne fallait que cette démarche soit s'abstienne d'emprunter des sentiers intolérables pour telle ou telle catégorie de militants ou d'adhérents.

\*\*\*

Ce qui précède se situe à la limite entre le témoignage mémoriel et la référence à des écrits et à des faits. Il conviendrait de le replacer plus rigoureusement dans le contexte de l'époque, qui était aussi celui de la rupture de l'union de la gauche, événement qui, je l'ai compris plus tard, a grandement pesé sur la suite donnée à cette expérience.

Paris le 20 octobre 2009