



CHERS CAMARADES,

VOUS CONNAISSEZ CERTAINEMENT "PROPA" ÉDITÉ PAR LE SECTEUR PROPAGANDE DE LA CONFÉDÉRATION AFIN D'AIDER DE LA C.G.T. DANS LEUR ACTIVITÉ DE PROPAGANDE DE MASSE.

COMME VOUS L'AVEZ CONSTATÉ, "PROPA" EST UN INSTRUMENT TRÈS ORIGINAL, EN CE SENS QU'IL NE RESSEMBLE DE PRÈS OU DE LOIN À AUCUNE AUTRE PUBLICATION CONFÉDÉRALE.

RÉSOLUMENT TOURNÉ VERS LES ENTREPRISES, IL S'EFFORCE DE RÉPONDRE, À PARTIR DE L'ACTUALITÉ DES LUTTES, TOUT EN NE DÉCROCHANT PAS DES PRÉOCCUPATIONS ET THÈMES FONDAMENTAUX DE LA C.G.T., AUX BESOINS QUOTIDIENS DE L'ACTION SYNDICALE.

PEU DE TEXTES, MAIS SÉLECTIONNÉS ET RÉFLÉCHIS EN FONCTION D'UNE OPTIQUE DE PROPAGANDE DE MASSE. BEAUCOUP DE GRAPHISMES, D'IDÉES, DE MODÈLES, D'ARGUMENTS. EN SOMME, LA PROPAGANDE PAR L'EXEMPLE.

UN TEL ORGANE, NE PEUT VIVRE, COMPTE-TENU DE L'AMPLEUR ET DE LA DIVERSITÉ DES BESOINS DE LA C.G.T., QUE S'IL EST FINANCIÈREMENT RENTABLE, C'EST À DIRE QU'IL ÉQUILIBRE SES RECETTES ET SES

**P  
R  
O  
P  
A  
G  
A  
N  
D  
E**



.../.

DÉPENSES.

CE SERAIT DÉJÀ UNE PREMIÈRE MOTIVATION POUR VOUS DEMANDER D'ASSURER L'EXISTENCE DE "PROPA" EN CONTRIBUANT À LA CAMPAGNE D'ABONNEMENTS QUE NOUS ENGAGEONS.

MAIS IL EST UNE AUTRE RAISON. PARTOUT OÙ "PROPA" ENTRE RÉGULIÈREMENT, IL AIDE LES MILITANTS DES SYNDICATS D'ENTREPRISE À S'ADRESSER DE FAÇON PLUS CLAIRE, PLUS CONVAINCANTE, PLUS EFFICACE À LA MASSE DES TRAVAILLEURS.

IL PERMET DE REPRENDRE IMMÉDIATEMENT CERTAINES IDÉES, CERTAINS MODÈLES, MAIS SURTOUT IL AIDE À RÉFLÉCHIR ET À DÉVELOPPER LES INITIATIVES DE PROPAGANDE DE MASSE.

"PROPA", C'EST DONC UNE AIDE POUR LA LUTTE.

AUCUN SYNDICAT DE QUELQUE IMPORTANCE NE DEVRAIT RESTER SANS ABONNEMENT.

QUANT AUX ENTREPRISES MOYENNES ET SURTOUT AUX GRANDES, C'EST PLUSIEURS ABONNEMENTS QUI LEUR SONT NÉCESSAIRES POUR COUVRIR L'ENSEMBLE DE LEUR TERRAIN, PERMETTRE ENTRE MILITANTS DÉBATS ET CONFRONTATIONS D'IDÉES, AIDER À RÉAGIR RAPIDEMENT ET CONVENABLEMENT AU NIVEAU MÊME DE L'ATELIER, DU BUREAU OU DU SERVICE.

NOUS N'IGNORONS PAS QU'UN ABONNEMENT DE 100F PAR AN POUR 6 NUMÉROS, C'EST UNE SOMME NON NÉGLIGEABLE COMPTE-TENU DES IMPÉRATIFS D'ENSEMBLE DE L'ACTION SYNDICALE.

MAIS EN MÊME TEMPS, C'EST PEU DE CHOSE AU REGARD DES SERVICES RENDUS, ET PARFOIS MÊME, DES ÉCONOMIES RÉALISÉES EN SUIVANT LES INDICATIONS DONNÉES PAR "PROPA".

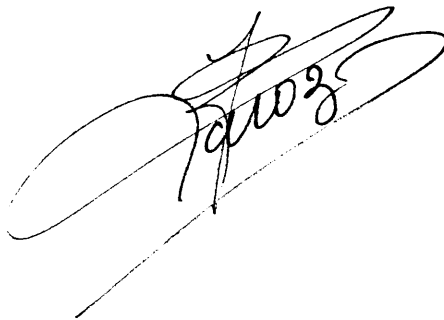
./...

.../.

EN FIN DE COMPTE, L'ESSENTIEL EST QU'IL S'AGIT D'UN OUTIL IMPORTANT DANS LA LUTTE POUR UNE VÉRITABLE INFORMATION DES TRAVAILLEURS, DANS L'EFFORT DE PROPAGANDE ET DE COMMUNICATION DE MASSE AUTOUR DES PROPOSITIONS, DES IDÉES, DES MOTS D'ORDRE, DES OBJECTIFS PROPOSÉS PAR LA C.G.T.

C'EST POURQUOI, NOUS FAISONS APPEL À VOUS, POUR CONTRIBUER À NOTRE CAMPAGNE EN VUE D'AMENER LES SYNDICATS D'ENTREPRISE, À MULTIPLIER LEURS ABONNEMENTS À "PROPA".

FRATERNELLEMENT,



JEAN-CLAUDE LAROZE  
SECRÉTAIRE DE LA C.G.T.

PAS DE "PROPA"  
DANS LE SYNDI.  
CAT... HEUREUX  
LE PATRON!



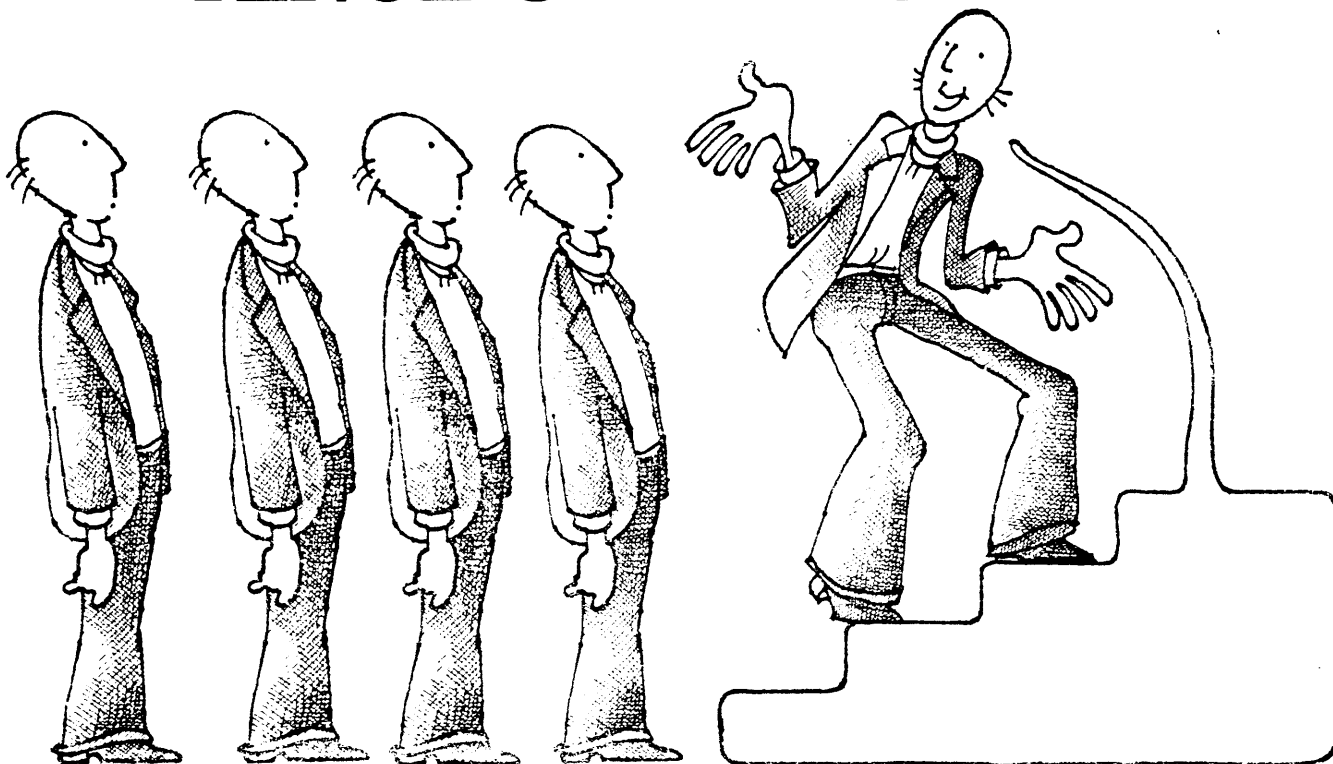
.mil78.

**UNE AIDE FIDELE ET EFFICACE**

**POUR LA LUTTE "PROPA"**

ABONNEZ - VOUS A "PROPA" \_\_\_\_\_ 6 NUMÉROS ..... 100 FRs  
ABONNEMENT À ADRESSER AU SECTEUR PROPAGANDE CGT EN Y JOIGNANT LE RÈGLEMENT

# COMPTE RENDU D'UNE JOURNEE D'INITIATION A LA PRISE DE PAROLE TENUE CHEZ MICHELIN



Une jeune ouvrière, déléguée CGT chez Michelin, expliquait d'entrée de jeu, le matin, que ces quelques heures que nous allions consacrer à la prise de parole dans l'entreprise lui semblait inutiles dans la mesure où elle n'aurait pas le courage — faute de moyens intellectuels, disait-elle — d'intervenir publiquement à la cantine par exemple, devant un auditoire plus ou moins prêt à l'entendre.

Le soir même, elle concluait :

— Je prends la parole demain, pas de problème.

Invité par la CGT à animer ces quelques heures de travail, peu préparé à cela, je dois dire ma

surprise devant les résultats obtenus. Ils relèvent autant du psychologique que de la technique.

Les syndicalistes ouvriers réunis là ont été eux-mêmes surpris en entendant, au fil des heures, leurs camarades intervenir, de plus en plus librement, dans un langage de moins en moins appris.

Certains témoignages ont provoqué une véritable émotion et, dès lors, il apparaissait que nul en tous cas ne pouvait dérober à la classe ouvrière une de ses richesses impartageables : l'expérience de sa propre vie.

Il apparaissait qu'un délégué patronal, fût-il affublé d'un bleu

de travail et spécialisé dans la communication sociale, ne pouvait rivaliser dans l'expression publique avec un représentant du monde ouvrier si celui-ci se laissait aller à parler dans son vrai langage — et ce n'est pas le plus facile.

Ce préambule en forme de conclusion confirme ce que j'ai pu constater, avec d'autres, à l'issue des brefs séminaires effectués sur l'audio-visuel ou à l'issue des tribunes libres télévisées de la CGT. Le « langage dominant » colle à la peau de la pensée avec une telle force que l'effort à effectuer pour s'en dépouiller doit être à la fois douloureux et incessant.

Il doit l'être car la transmission du message ouvrier passe par l'obligation de faire entendre et comprendre sa voix, une voix qui ne peut être que particulière puisque c'est une voix de classe.

La prise de parole ne peut se faire chez Michelin qu'à la cantine. Les heures d'entrée et de sortie regroupent devant l'entreprise des salariés peu disposés, faute de temps, à être atteints par un discours.

Michelin a donc fractionné la cantine. Les quelques leaders syndicaux les plus habitués à la prise de parole se trouvent ainsi isolés dans leur propre réfectoire. Des représentants patronaux interviennent au contraire partout et leur voix n'est pas contredite puisque le syndiqué « de base », par pudeur, par crainte d'être ridicule, n'ose pas se lever à son tour. Il l'ose d'autant moins qu'il n'est pas certain de refléter exactement, dans ce qu'il dira, les positions de la C.G.T.

Le travail effectué est double : — convaincre ce syndiqué que son

expérience vécue, s'il l'exprime en mots simples, le met à même de contrer à tout moment le discours patronal, toujours appris.

— Faire prendre conscience à celui-ci qu'il peut donner à une même question une réponse qui lui soit propre sans engager du même coup le syndicat tout entier. Il peut même le dire expressément !

Les séances de travail ont consisté à amener chacun à prendre la parole devant les camarades présents. Une caméra et un écran de télévision permettaient d'enregistrer chaque intervention et de la restituer aussitôt pour une critique de groupe.

Tâche d'autant plus difficile que les interventions orales se faisaient sur des sujets factices :

— « Imaginez que chez Michelin un ouvrier ait demandé une avance de salaire ; on la lui a refusé brutalement. Or ce camarade est dans une position familiale difficile. Il a insisté. On le menace maintenant d'une sanction. Vous prenez la parole à la cantine pour alerter l'attention sur ce fait qui n'est pas isolé ».

Quelques minutes pour préparer l'intervention, d'une durée sur deux ou trois minutes... Suivait un débat improvisé avec un patron dont l'un des stagiaires tenait le rôle (en général à la perfection puisqu'il s'exprimait dans son langage, appris chaque jour à l'écoute de la radio et de la T.V).

Il faut répéter que ce sont là des exercices difficiles, effectués hors contexte et devant un auditoire particulièrement critique. Encore une fois, les résultats m'ont paru remarquables pour huit heures de

travail interrompus par un repas.

Quelques «trucs» ont été données et rappelées quelques évidences.

– ne pas rédiger un texte «style tract» que l'on vient lire la voix tremblante et qui ne «passe» pas. Dire les choses comme on les vit.

– s'aider de quelques notes, le schéma du discours écrit en gros caractères sur un papier.

– si possible, s'appuyer sur quelque chose (le rebord d'une table, un dossier de chaise...) pour se libérer de la maladresse des mains.

– intervenir à deux : l'un parle, le second est à l'écoute du public, complète ou rectifie le discours de l'autre.

– s'exprimer lentement, ne pas hésiter à rire de ses propres maladresses.

– dire ce que l'on sait, ce qu'on espère, ce qu'on craint, rien d'autre.

– concerner l'auditoire en citant, par exemple, les prénoms de deux ou trois personnes que l'on connaît.

– parler à la première personne du singulier et non pas comme le simple porte-parole d'une organisation syndicale.

– se déclarer prêt in fine à répondre aux questions. Si possible, prendre contact auparavant

avec un camarade qui en posera une.

Je ne sais pas dans quelle mesure ce stage a eu chez Michelin des retombées pratiques. Il m'a personnellement appris beaucoup de choses sur l'exploitation de la classe ouvrière. Il m'a aussi confirmé que la prise de parole dans l'entreprise souffrait des mêmes difficultés que l'expression ouvrière dans la presse écrite, à la radio, à la TV.

L'humour, la spontanéité, le concret du langage populaire paraissent aux intervenants indignes du discours parce que le langage policé de la bourgeoisie est pris partout comme modèle, la bienséance comme allant de soi, le cliché comme un proverbe. L'émotion que l'on afficherait serait tenue pour de l'impudeur.

Des stages comme celui-ci, multipliés dans les entreprises, devraient permettre non pas de former des orateurs mais de donner à ceux que la C.G.T. rassemble, l'usage de quelques clés pour faire sauter quelques verrous et la certitude que l'usage des mots est libre, d'un accès immédiat et ne nécessite pas l'appartenance à la classe du juste milieu.

Lamarç

**Commandez**

# **PROPA 17**

**SPECIAL INITIATION**

**PROPAGANDE**

**Spécial initiation : à la réalisation du tract, à la prise de parole, à la tenue de panneaux syndicaux, à la fabrication d'un journal.**

**20 F l'unité.**