

# LA LETTRE DE PROPA <sup>N° 37</sup>

mensuel - Mars 86 - Gratuit

*Un bilan complet de la propagande des U.D. fait ressortir un besoin de liaison des responsables à la propa entre eux (entre elles aussi, car il y a beaucoup de femmes) et avec la Confédération. La même enquête auprès des fédérations aurait sans doute donné le même résultat.*

*Pourquoi un tel besoin de soutien mutuel entre militants chargés de la même activité ? Nous vivons une époque où il est difficile de faire de la propa dans les meilleures conditions, mais une époque où pourtant la propa est essentielle. Oui, nous sommes dans une situation où nous sentons bien que nos idées peuvent progresser parmi les salariés. Nous sommes seuls sur le créneau de la lutte de classe, en tout cas, ça peut devenir vraiment évident pour n'importe qui aujourd'hui. Ce que nous disions et ce que nous pensions va tout à fait dans le même sens que les aspirations des salariés etc... Bref, une situation ouverte qui devrait nous être favorable à condition que nous soyons capables de bien nous faire entendre.*

*Mais la réalité est là ! La propa coûte cher et nous n'avons pas les moyens nécessaires, mais surtout nous n'avons pas le temps. Car ce n'est pas forcément le beau et la quantité qui paient mais ce qui touche le but au plus près. Mais pour cela il faut avoir le temps. Le temps de connaître, le temps de réfléchir, le temps de s'organiser... et la patience d'attendre que cela soit payant, la propa c'est du moyen et long terme, mais un investissement nécessaire.*

*Il y a tant à faire dans une U.D. ou une fédé aujourd'hui qu'on a pas le temps de faire vraiment de la propa. Cela nous fait réfléchir. Alors nous voulons aider les responsables à la propa à faire face. Nous en reparlerons ! Pour ce qui concerne "La lettre de Propa" nous voulons l'utiliser comme moyen de liaison des responsables à la propa des U.D. et des fédérations, nous vous proposons d'en faire autant. Dorénavant elle leur sera réservée. En conséquence la diffusion sera réduite mais plus régulière.*

STAGE SUPERIEUR PROPAGANDE

26 OCTOBRE AU 8 NOVEMBRE 1986 A COURCELLES

ÉDITÉE PAR LE SECTEUR CONFÉDÉRAL PROPAGANDE

263, rue de Paris, 93516 Montreuil Cedex

## \* STAGES MOYENS PROPA DES U.D. ET F.D.

Dans ce numéro de "La lettre de Propa" vous trouverez les premiers documents pour réaliser des stages moyens : **un projet de programme sur une semaine et la note pour le premier sujet.**

Dans les numéros qui suivront, vous pourrez trouver les notes de cours pour les sujets du matin. Conservez-les précieusement si vous envisagez d'organiser un stage. Ce n'est que plus tard que nous publierons une brochure, après avoir eu vos critiques et suggestions sur ces documents.

Pour les sujets de l'après-midi, vous pouvez vous servir du **PROPA 33**. Nous pouvons vous fournir autant d'exemplaires que vous voudrez à un prix étudié pour les stages : **100 Frs Les 10 numéros.**

Vous noterez l'équilibre entre les cours théoriques (le matin) et pratiques (l'après-midi) dans le programme présenté. A ce propos vous veillerez à ce que le stage ne bascule ni d'un côté ni de l'autre. Ce n'est pas un stage d'initiation aux techniques de propagande, mais un stage politique, s'appuyant sur les conditions réelles de la branche ou de la région.

## **UNE IDÉE POUR LE 8 MARS**

Jacqueline LEONARD : « Les éditions Messidor publient un bel album « Femmes d'avenir ». Monique Houssin, Sylvie Jan, Elyane Bressol, rédactrice en chef d'Antoinette, et un collectif de militantes, ont enquêté et donné la parole à leurs témoins : quelle peut être la place de femmes de l'an 2000 dans la société et au travail ?

Les textes et les nombreuses illustrations concourent à la réussite d'un ouvrage chaleureux et d'une lecture facile.

« Femmes d'avenir » exprime les avancées, les difficultés et les espoirs de la situation présente des salariées.

Il correspond à nos préoccupations syndicales, éclairant l'action quotidienne des femmes pour promouvoir leur droit et leur place à part entière au travail ; ceci, à l'heure où les bouleversements technologiques leur offrent de nouvelles perspectives d'accès à l'égalité et la promotion professionnelle.

Cet album, dont je recommande la diffusion, notamment à l'occasion du 8 mars, sera le vecteur d'une relation utile et culturelle entre les sections syndicales, les comités d'entreprises et toutes les femmes qui sont concernées.

Débats et initiatives de présentation peuvent s'organiser, en y invitant les auteurs.

STAGE MOYEN PROPAGANDE

- PROJET DE PROGRAMME SUR UNE SEMAINE -

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI
<p><u>Les conditions de la bataille des idées</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bataille des idées et lutte de classe</li> <li>- médias, nationaux et régionaux</li> <li>- la bataille des idées à l'entreprise</li> </ul>	<p><u>La communication</u> Faire passer le message.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- penser à celui qui reçoit,</li> <li>- partir de ce qu'il connaît,</li> <li>- partir de ce qu'il vit et de ce qu'il pense.</li> <li>- Les patrons, le Gvt, la pub, les médias (sondages). Comment ils procèdent ?</li> <li>- Nous on est les mieux placés pour bien le faire.</li> </ul>	<p><u>Les thèmes patronaux</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'individualisme</li> <li>- le trop d'Etat les gagnent ! (Tapie)</li> <li>- la gestion</li> </ul> <p>L'objectif : l'instabilité sociale, le "laissez faire" pour le profit</p>	<p><u>La propa de la CGT</u></p> <p>Objectif : gagner des consciences pour la lutte.</p> <p>Moyen : propa communicante 42ème congrès.</p> <p>La propa pour l'entreprise.</p>	<p><u>L'activité de propa</u></p> <p>A partir des objectifs politiques des syndicats d'entreprises.</p> <p>S'organiser réfléchir programmer</p> <p>Le rôle du secrétaire à la propa</p> <p>Le collectif</p>	<p>Evaluation du stage</p> <p>Conclusions et liaison avec l'actualité</p>
<p><u>Le journal syndical</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- importance politique</li> <li>- importance pratique pour le syndicat</li> <li>- Comment faire</li> </ul> <p><u>Travaux pratiques</u> utiliser le PROPA 33.</p>	<p><u>Le tract : son but, comment le faire et comment l'utiliser.</u></p> <p><u>Le communiqué de presse.</u></p> <p><u>Travaux pratiques</u> Utiliser le PROPA 33</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- l'affiche d'entreprise</li> <li>- l'utilisation des images dans la propa</li> </ul> <p><u>Travaux pratiques</u> Utiliser le PROPA 33</p>	<p>la presse confédérale (activité spécifique et lien avec l'activité et la pratique de propa à l'entreprise).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- la prise de parole</li> <li>- l'audiovisuel</li> <li>- journal sonore</li> </ul> <p><u>Travaux pratiques</u> Utiliser le PROPA 33 + note spéciale</p>	

## NOTE N° 1 : LA BATAILLE DES IDEES

### En préambule

*Précisons-le puisqu'il s'agit de la 1ère fiche : il n'est pas question d'utiliser ces notes comme éléments du cours, mais au contraire de les considérer selon leur objectif : **une aide de recherche pour l'intervenant, un appui pour bâtir son introduction, rassembler des lectures et mener la discussion avec les stagiaires.***

### Quel schéma de cours ?

Impérativement, l'exposé devra aborder :

#### 1 - l'enjeu actuel de la bataille idéologique

● Approfondissement de la crise qui amène la bataille des idées (amplifiée sans cesse depuis 15 ans) à un état de conflagration permanente.

● Rapports de force et course de vitesse entre prise de conscience/intervention des salariés et volonté patronale/Gouvernementale d'exploiter toujours plus.

● Importance déterminante de la donnée idéologique dans l'affrontement de classe entre les deux camps : *celui du capitalisme en crise, celui de tous ceux qui aspirent et travaillent pour les changements.*

#### 2 - l'entreprise comme lieu privilégié de la bataille des idées parce que :

- la crise naît à l'entreprise,  
- les actions anti-crise se mènent d'abord à l'entreprise, enracinées dans la réalité de chacune d'entre elles.

Cela doit amener à évaluer (dans le cours en traçant les grandes lignes et dans la discussion en faisant parler les stagiaires) l'état des entreprises du département et ce qui s'y fait en matière de propagande de masse et de diffusion des idées (les nôtres, celles du patronat, celles des autres organisations).

Voir notamment :

-> l'argumentation des patrons locaux sur quelques problèmes clé (temps de travail, individualisme...) et bases sur lesquelles ils s'appuient pour cette intervention idéologique (notamment les aspirations dévoyées des salariés) = ne pas trop développer, tracer le cadre ; la journée du mercredi rentrera dans le détail.

-> Comment le patronat local s'y prend pour maintenir dans les entreprises son autorité = sur quels aspects il s'appuie, sur lesquels de nos manques aussi...

-> La lutte contre le syndicalisme de classe : avec des exemples concrets pris dans le département et montrant la volonté d'empêcher la prise de conscience et à quel prix. En montrant aussi par des faits précis la façon dont le patronat encourage les réactions individualistes et les organisations réformistes.

### 3 - Les médias

Montrer dans cette partie comment l'ensemble des médias extérieurs à l'entreprise est déployé dans le même objectif : casser la capacité de résistance des salariés.

Prendre des exemples dans la presse régionale, à F.R.3 etc...

### 4 - Nos idées

Introduire par quelques grandes lignes dans l'exposé ce qui formera l'essentiel de la discussion (poser des questions en ce sens) :

-> quelle forme doit revêtir notre intervention dans la bataille des idées ?

-> quels sont les moyens dont nous disposons ? Etat concret des lieux.

-> quelle organisation cela suppose-t-il ? pour la propa, pour la diffusion de la presse confédérale.

-> rôle et relations de nos différents moyens, de nos différentes structures.

### Quelles lectures ?

Pour l'intervenant : - Le Peuple 1176 : bataille des idées et entreprise

- Cahiers n°17 du CCEES : communication patronale dans la crise, séduire pour exploiter

- Spécial Options n°12 : haute tension sur les médias

- les sondages locaux.

Regarder et enregistrer des émissions comme l'enjeu, Ambitions, Action, les battants et bien sûr FR3, un passage de ces émissions peut fournir matière à un débat animé.

Pour les stagiaires : - Le Peuple 1207-08-09 : la bataille des idées dans le document d'orientation

- des extraits du livre de De Closets : "Tous ensemble"

- des extraits de journaux locaux.

# FAITES CONNAISSANCE AVEC L'ABONNEMENT-LECTURE/CGT

Ces livres (comme le précisait Henri Krasucki dans une déclaration faite lors du lancement de l'AL/CGT en 1983) choisis après avis des directions fédérales, s'efforcent d'apporter des réponses aux questions toutes naturelles qui nous assaillent. »

C'est en effet dans cet esprit qu'a été créé l'AL/CGT pour répondre aux besoins de nos militants et leur faire prendre conscience que LIRE c'est aussi gagner du temps pour être mieux à même de mener avec efficacité le combat quotidien du syndicat.

## **POUR 520 F VOUS POUVEZ RECEVOIR A DOMICILE 6 LIVRES DANS L'ANNÉE (+ 1 LIVRE-CADEAU)**

Des ouvrages utiles aux militants syndicaux mais aussi nécessaires à l'élargissement de vos connaissances et à votre enrichissement culturel.

### **A QUI S'ADRESSE L'ABONNEMENT-LECTURE/CGT ?**

Aux syndiqués individuels, aux organisations pour constituer la bibliothèque syndicale.

### **COMMENT FONCTIONNE-T-IL ?**

- C'est un abonnement pour 6 livres (+ 1 livre-cadeau) pendant un an ;
- Payable en quatre prélèvements bancaires trimestriels de 130 F ;
- Vous commencez à recevoir les livres à compter du mois où vous avez envoyé le formulaire d'abonnement rempli et un relevé d'identité bancaire (ex. : un abonnement souscrit en février ou en mars 1986 vous donne droit à 6 livres jusqu'en février ou mars 1987) ;
- Pour vous abonner, retournez la demande de formulaire d'abonnement ci-dessous. Ce formulaire vous sera envoyé par retour du courrier.

### **SES AVANTAGES :**

- Une sélection étudiée en fonction des besoins et des goûts des militants ;
  - Des livres variés (économiques, historiques, des documentaires, des romans...);
  - Pour 520 F vous bénéficierez :
    - d'une réduction sur chaque livre,
    - l'envoi franco de port,
    - d'un 7<sup>e</sup> livre en cadeau.
- Ce qui équivaut à une réduction d'environ 20 % sur le prix de revient réel de l'abonnement.*

### **DEMANDE DE FORMULAIRE D'ABONNEMENT**

A retourner à ABONNEMENT-LECTURE/CGT  
263, rue de Paris, 93516 MONTREUIL CEDEX

*Je désire m'abonner à l'AL/CGT. Veuillez m'envoyer le formulaire nécessaire au prélèvement automatique sur mon compte bancaire (ou postal).*

NOM ..... PRENOM .....

ADRESSE .....

CODE POSTAL ..... LOCALITÉ .....

La Lettre de Propa - N° de commission Paritaire en cours.  
Directeur de publication : Jean Pierre SOUVAIS.  
imprimée par la C.G.T., 263, rue de Paris 93516 Montreuil cédex