

L'information, cette grande méconnue

par Alfred FRISCH,

Correspondant de journaux allemands à Paris.

★

Nous vivons dans un monde curieux. Les experts et les milieux politiques les plus divers expriment fréquemment la crainte d'un conditionnement de l'individu par une information trop dirigée ; mais en même temps, on constate en toute objectivité qu'il n'existe dans aucun pays du monde une politique d'information digne de ce nom, tandis que personne ne conteste que la propagande pure est à la longue condamnée à l'inefficacité. Par ailleurs, il est souvent question de la participation des masses à la responsabilité économique, qu'on voudrait ne point abandonner aux hommes politiques et moins encore aux détenteurs du capital, et cette participation à la responsabilité économique est intimement liée par ses protagonistes au progrès social ; mais l'information économique plus encore que l'information politique ressemble à un terrain vierge. Elle souffre plus particulièrement de son mariage forcé — dans trop de têtes — avec les revendications sociales, comme si le désir subjectif pouvait former un ménage viable avec la réalité objective. Dans le domaine économique, tout reste à faire. Il ne suffit point de compléter ou de perfectionner les résultats déjà acquis, il faut, bien au contraire, faire table rase, parce qu'à notre avis, l'information économique s'est engagée sur une mauvaise voie. La bonne méthode consisterait à présenter objectivement des données et à en expliquer honnêtement les conséquences, tout en ayant le courage de subordonner toutes les considérations sociales ou politiques aux exigences de la vérité.

Les réflexions que nous nous permettons de présenter ici ne sont qu'une contribution modeste à une discussion qui devrait s'engager sur une large échelle. Elles partent de la conviction que le problème de l'information est loin d'être résolu dans la société occidentale. Bien entendu, nous n'avons pas l'intention de présenter des thèses et encore moins une doctrine. Nous négligerons aussi la

prétendue information des régimes communistes. Dans cet esprit, nous voudrions nous pencher sur quelques aspects de la politique d'information, sur l'ignorance des responsables et, enfin, sur l'information économique.

La politique d'information.

Éliminons, pour commencer, deux aberrations de l'information, la propagande et la publicité. Cette double réserve nous paraît importante, malgré son apparence banale. Une véritable politique d'information est une œuvre de formation et non pas une action de suggestions. Du moment qu'elle succombe à la tentation de faire abstraction du jugement de l'individu, elle est vouée à l'échec. La condamnation de la propagande n'est nullement motivée par des considérations morales et politiques, mais par son inefficacité. Elle est sans doute capable d'influencer l'opinion publique pendant une brève période, de créer un climat et de provoquer des sentiments divers, par exemple la colère ou l'enthousiasme, mais elle n'a pas de portée durable, elle ne saurait jamais s'insérer dans une véritable politique d'information, qui doit constituer la base des relations entre l'individu et la société. Toutes les expériences du passé ont d'ailleurs démontré les limites étroites de la propagande, qui n'explique pas les données, mais s'efforce d'imposer des vues, qui ne provoque pas un raisonnement, mais souhaite conditionner les esprits. Vingt ans de propagande officielle n'ont pas réussi à augmenter le nombre des communistes dans certains pays de l'Est, notamment en Pologne et en Allemagne orientale. L'information n'est convaincante que lorsqu'elle est intimement liée à la vérité et lorsqu'elle admet la contradiction. Même les religions, malgré leur appel à la foi, n'ont que difficilement pu imposer à leurs fidèles.

en toutes circonstances, une vérité absolue. Comment supposer que la propagande, qui ne saurait jamais prétendre à une vérité absolue, puisse rendre crédibles des thèmes autoritairement inspirés ? L'individu s'abandonne peut-être par moments à la paresse intellectuelle et se montre disposé à croire passivement ce qu'on lui explique dans la presse, à la radio ou à la télévision, mais il se révolte rapidement dès qu'il se rend compte que les responsables de l'information ne se soucient pas de sa capacité de jugement et se transforment en simples propagandistes. Non, l'objectivité distingue l'information de la propagande ; l'information libre est contradictoire et forcément, dans un certain degré, subjective, chacun présentant sa propre thèse. Le grand critère c'est, en réalité, la véracité que la propagande se permet de négliger ou de bafouer, mais à laquelle toute information proprement dite doit toujours rester attachée. Par véracité, nous comprenons l'effort permanent de l'informateur pour respecter dans toute la mesure du possible l'exactitude des faits et pour présenter les données de telle sorte qu'indépendamment de ses convictions subjectives, l'individu soit en mesure de se former sa propre opinion.

Les adeptes de la propagande oublient trop facilement qu'ils ne s'adressent pas seulement à des fidèles, mais aussi à des incroyants. Sans doute ont-ils la possibilité de faire absorber par des communistes convaincus, pour citer un exemple concret, toutes les contre-vérités politico-économiques possibles, parce que leurs combattants acceptent toutes les conséquences de leur doctrine et subordonnent volontairement la vérité aux objectifs politiques à atteindre. Seulement, cette propagande communiste se montre inefficace dès qu'elle touche des personnes dont les pensées n'évoluent point dans le carcan d'une doctrine admise une fois pour toutes. La conviction passe en toutes circonstances par des jugements et ne saurait être le fruit d'une proclamation. On risque de paraître un peu cynique et en simplifiant, on pourrait dire que l'information est nécessaire jusqu'à la conversion, tandis que la propagande pourrait à la rigueur jouer son rôle ensuite, à condition que la foi ne faiblisse point.

Si les informateurs, même les plus démocratiques, faisaient leur examen de conscience, ils constateraient sans doute qu'ils dévient tous par moments vers la propagande, parce qu'ils partent

trop facilement d'idées préconçues et de données définitivement acquises, selon leur logique soustraite aux explications et au jugement individuel. La propagande est une solution de facilité, tandis que l'information impose un respect extraordinaire de l'intelligence et de la volonté de jugement de l'individu. Il ne suffit pas de faire savoir, il faut à tout instant faire comprendre. Il ne suffit pas de s'imposer, il faut sans cesse collaborer avec l'individu.

La publicité est pour ainsi dire la forme commerciale de la propagande. Il ne serait pas nécessaire de la mentionner dans cette étude, si nos informateurs, plus ou moins inspirés par l'exemple américain, ne risquaient pas de se servir des méthodes de publicité, comme si on pouvait vendre une vérité politique comme on vend un aspirateur ou une ampoule électrique. L'objectif de la publicité est de faire connaître une marque ou un produit, en vantant ses qualités, et sans s'aventurer sur le terrain dangereux des comparaisons. L'information, par contre, impose un travail en profondeur en vue d'élargir les connaissances du citoyen et de lui permettre de se faire une opinion. En politique et en économie, l'effet de la publicité est donc encore plus limité dans le temps que la propagande. Il est sans doute concevable de lancer un candidat par des moyens publicitaires et même d'assurer son élection, mais certainement pas de convaincre ainsi les citoyens de la validité de son programme ou de son action. Qu'on débarrasse donc l'information de ce feu de paille qui aveugle sans éclairer.

Le rejet des méthodes de la publicité commerciale n'exclut pas une certaine étude de marché pour l'information. Il importe surtout de rechercher un bon équilibre entre l'offre et la capacité d'absorption des différentes catégories de la population susceptibles d'être inondées de littérature. Trop de services d'information publics ou privés ont tendance à prouver leur efficacité ou à justifier leurs dépenses par des statistiques indiquant le nombre de documents publiés ou de missions réalisées. Or, l'information n'est utile que lorsqu'elle atteint son objectif, c'est-à-dire si l'individu l'absorbe. De nombreux services d'information sont condamnés à l'inefficacité, tout simplement parce que leurs bailleurs de fonds leur demandent de démontrer rapidement leur utilité, ce qui les incite à s'orienter vers l'action directe au lieu

de donner la préférence à l'action indirecte, qui a le grand désavantage d'être anonyme. Il faudrait, enfin, se libérer de cette mentalité d'épicier qui exige que l'argent investi rapporte rapidement et de manière tangible. L'information est toujours une œuvre de longue haleine, d'autant plus que l'opinion qu'elle doit susciter est le résultat de multiples explications et d'un processus de conversion souvent compliqué.

Pour revenir à la méthode : l'homme moderne est fatigué et surchargé, surtout lorsqu'il a une responsabilité quelconque. Bien que le faible rendement des publications d'information de toutes sortes, communiqués, brochures, journaux, plus ou moins gratuits, etc., soit depuis longtemps connu, les services d'information continuent à les distribuer à travers le monde en ignorant souvent les enquêtes dont les résultats condamnent leur pratique. Une fraction croissante de ce matériel d'information, même de qualité très satisfaisante, va directement dans le panier à papier, sans être lue et souvent même sans que le destinataire se donne la peine de la sortir des enveloppes ou des bandes. Nous possédons aussi la certitude qu'un excès d'information sur un sujet quelconque à la télévision ou à la radio incite les utilisateurs à fermer leur poste ou à changer d'émetteur. Il y a un refus d'absorption dont il faut absolument tenir compte et que les responsables de l'information ignorent volontiers. Il en résulte que dans beaucoup de cas, l'action d'information n'est utile que dans la mesure où elle se sert de doses homéopathiques et qu'elle voit sa tâche surtout dans la mise en place d'un certain climat.

L'action directe des services d'information qui souhaitent s'adresser directement au public sans passer par des intermédiaires est plus simple, parce qu'elle ne rencontre aucun obstacle immédiat; mais elle est fortement discutable, car les intermédiaires éliminés ont davantage d'expérience que les services d'information. En outre, ces intermédiaires sont beaucoup moins suspects de subjectivité et de propagande qu'un service organisé afin de vendre une marchandise intellectuelle ou politique. L'étude de marché fait rechercher les publications effectivement lues. Par la suite, une information bien faite essaiera de s'en servir au maximum. Les petits journaux peu connus et peu spectaculaires forment beaucoup plus largement l'opinion que les quotidiens ou les revues à grand

tirage, parce qu'ils sont lus du début jusqu'à la fin, tandis que le lecteur des grands quotidiens se contente souvent de prendre note des titres politiques et économiques en concentrant son intérêt sur les faits divers et les petites annonces. Les journaux professionnels sont également précieux. Or, trop fréquemment, les services d'information publics ou privés s'occupent beaucoup plus des collaborateurs des grands journaux que des rédactions de la presse locale ou professionnelle, souvent tout simplement parce qu'un succès dans les publications à grand tirage est susceptible d'impressionner leurs bailleurs de fonds, tandis que le fruit de leur travail dans le modeste domaine de la presse locale reste pratiquement inconnu. Nous arrivons ainsi à cette conclusion qu'une politique d'information quelconque suppose pour être efficace que ceux qui la souhaitent et l'inspirent fassent confiance à leurs collaborateurs en acceptant leur méthode d'action indirecte, sans vouloir les juger superficiellement d'après un rendement plus ou moins spectaculaire.

Nos connaissances psychologiques aussi paraissent insuffisantes dans ce domaine. Les raisons de la popularité ou de la réussite populaire d'un homme politique sont rarement déterminées avec clarté. On rencontre en effet des popularités contraires à toute logique et à toute psychologie. Le comportement des peuples reste souvent énigmatique, mais les informateurs se comportent eux-mêmes comme si la psychologie des masses ne leur posait plus de problème. Pourtant, dans ce domaine, tout reste à faire, car nous sommes beaucoup plus proches du charlatanisme que de la science. Nous savons sans doute que tel moyen de publicité, de propagande ou d'information a obtenu des succès, mais nous ignorons pourquoi, de telle sorte que nous restons condamnés à un empirisme aléatoire, à un tâtonnement constant, qui s'oppose à toute véritable politique d'information. Assez curieusement, enquêtes et méthodes sont également faussées, parce qu'elles se basent sur des données prétendument connues, mais effectivement ignorées ou superficiellement devinées. Le travail d'information revêt ainsi un caractère irréal. Il serait temps de lui donner une base scientifique, grâce à une étude approfondie de la psychologie populaire de notre époque en face de la politique de publicité et des moyens d'information tels que la presse, la radio et la télévision. A-t-on seulement

essayé une seule fois de vérifier dans quelle mesure une émission historique de télévision influence la pensée et le savoir du public, dans quelle mesure les faits transmis sont absorbés, assimilés, et dans quelle mesure elle suscite des préjugés, des opinions superficielles ou des erreurs ?

Enfin, et pour clôturer cette série de réflexions nécessairement partielles, nous sommes convaincus que malgré les progrès de la technique, il n'y a à l'heure actuelle qu'un seul instrument sûr et efficace d'une bonne politique d'information, c'est à savoir le contact personnel, la conversation directe avec ceux qui sont disposés et capables à procurer un écho plus large à des faits, des idées, des convictions et, point en dernier lieu, à la vérité.

Bien entendu, la réussite de toute politique d'information dépend très largement de la qualification de ses serviteurs. A cet égard, on se heurte à de multiples dilemmes. A aucun niveau et dans aucun secteur, il n'existe de bonne information sans liberté. La situation serait relativement simple si le degré de liberté pouvait être jugé de façon objective, s'il se mesurait d'après les contraintes ou les limitations réellement appliquées. Malheureusement, l'absence de liberté est souvent la conséquence d'une peur préventive, du désir de l'individu de ne pas choquer par son comportement, de ne pas s'attirer des foudres nuisibles à son existence ou à sa carrière. La volonté d'être libre et de faire usage de sa liberté constitue un deuxième facteur subjectif, qui se rattache à la peur préventive, car on touche ainsi à la racine du conformisme, que nous considérons comme l'ennemi mortel de l'information. Il empêche, en effet, de présenter les choses telles qu'elles sont et de dire des vérités désagréables, parce qu'on désire ne point troubler la paix établie et encore moins la tranquillité des esprits.

La liberté intérieure de l'informateur, c'est-à-dire la conscience de sa liberté et l'obligation d'en faire usage, est donc plus importante que la liberté extérieure, qui est fonction du régime, de la tolérance, de la censure, etc. Cette liberté intérieure ne pourra être ancrée dans les hommes que par l'éducation, la formation professionnelle ou intellectuelle, et surtout par le climat général. Lorsque dans un journal ou dans une radio, les collaborateurs ont été, pendant quelques années, limités dans leur liberté d'opinion et d'expression, il de-

vient très difficile de retrouver la voie d'une information véritable, parce que le climat nécessaire pour la liberté intérieure des individus moyens a disparu.

Si l'on admet que l'informateur est nécessairement un éducateur, qui doit posséder les qualités humaines et le savoir nécessaires afin de convaincre les masses, si l'on admet, en outre, qu'à un échelon supérieur, l'informateur s'adresse essentiellement à des intermédiaires qui devraient normalement déjà faire partie de l'élite, on aboutit à des exigences qualificatives assez élevées, pratiquement impossibles à satisfaire en quantités voulues, surtout en raison de la prolifération des informateurs. Autrement dit : le niveau moyen de la masse des informateurs n'est pas conforme à la tâche qu'on leur demande de remplir. La spécialisation n'est plus une solution, mais uniquement un palliatif, car elle n'améliore pas l'indispensable qualification humaine et psychologique. Elle est souvent même nuisible à l'information, parce qu'elle ne tient pas compte de l'interdépendance des problèmes. Comment être dans notre époque un bon informateur en matière de politique économique ou de questions sociales, sans avoir des notions autres que superficielles de la politique intérieure et internationale ? Notre société n'a pas encore eu l'idée de former une élite d'informateurs, comme elle forme des savants, des professeurs, des ingénieurs et, de manière générale, son élite intellectuelle et administrative. Il faut absolument revaloriser le métier de journaliste, il faut, en outre, le préserver de la dégradation morale et professionnelle à laquelle l'expose la contagion des « relations publiques ».

Les services de relations publiques institués de plus en plus fréquemment par les grandes entreprises sont un mélange malencontreux d'information et de publicité. Leur idée initiale n'est probablement pas mauvaise, qui consiste à transformer les entreprises pour ainsi dire en maisons de verre. Souvent, la direction n'a cependant changé que les matériaux de la porte d'entrée, en remplaçant le bois par le verre, tout en exploitant le service des relations publiques dans un esprit publicitaire afin de faire connaître la société d'une façon élégante à un public intéressé aussi large que possible. Par ailleurs, les traitements offerts au journaliste engagé par les relations publiques sont parfois fort élevés et transforment l'informateur en bureau-

crate, qui est animé surtout par la volonté de satisfaire son employeur afin de ne pas mettre en danger une situation confortable. Pourtant, il serait fort souhaitable et parfaitement possible de considérer les relations publiques comme un instrument efficace de l'information économique. D'un côté, ses responsables devraient avoir comme tâche permanente de renseigner les cadres supérieurs de leur entreprise sur les importantes données économiques, politiques et sociales de chaque jour afin qu'ils puissent prendre leurs propres décisions en connaissance de cause. Ensuite, ils devraient informer sérieusement et véridiquement le public sur l'activité et les problèmes de l'entreprise afin de développer dans le public la compréhension pour les phénomènes économiques, et mettre fin ainsi à un dangereux sous-développement intellectuel.

Les services d'information officiels, de leur côté, souffrent de leur fonctionnarisation. Bien entendu, il est difficile de recommander à une administration de n'engager pour son service de presse que des journalistes, qui n'auraient jamais eu de contacts avec l'administration et qui, s'il s'agit d'hommes de valeur, hésiteraient sans doute à renoncer à leur liberté. D'un autre côté, il serait peu rationnel de charger un diplomate du jour au lendemain de l'information comme si l'administration publique ne devait respecter aucune spécialisation, comme si un haut fonctionnaire était un être parfaitement polyvalent.

Un informateur doit connaître à fond un système à ramifications multiples, il doit, en outre, être doué d'un sens psychologique aigu. Il doit entretenir des relations étroites avec son administration et jouir de sa confiance afin d'être informé par elle. Dans ces conditions, il est bien difficile de trouver une solution à peu près satisfaisante. En fait, il faudrait avoir le courage d'accorder aux services d'information officiels une grande autonomie et d'accepter le risque de certaines erreurs ; autrement, ils seront condamnés à une efficacité réduite.

L'information des responsables.

L'information des responsables se heurte à un certain nombre de résistances surprenantes et souffre aussi de difficultés réelles, inhérentes à notre système de direction. Elle est en tout cas nettement insuffisante et constitue un problème incon-

testablement fort grave, puisqu'elle rend assez aléatoire toute véritable politique d'information. En effet, comment saurait-on informer d'une manière satisfaisante les masses, si l'élite elle-même vit largement sinon dans l'ignorance, du moins dans les approximations, exception faite des spécialisations respectives ?

Une première remarque s'impose : la majorité des responsables, qu'il s'agisse des hommes politiques ou des industriels, refuse l'information. Ce refus est motivé par l'arrogance, par l'indifférence ou par la paresse. Trop d'hommes, une fois arrivés au sommet de leur carrière, estiment tout savoir ou au moins savoir tout ce qui touche leur activité immédiate. Ils n'éprouvent plus le besoin de s'informer régulièrement, ils ne comprennent pas non plus que dans un monde qui se distingue par des interpénétrations multiples, aucun cloisonnement entre les secteurs d'action n'est plus possible. Il ne suffit donc point de bien connaître son propre domaine. Si l'on veut réellement agir en homme responsable, il faut être attentif aux grandes tendances de l'évolution et attacher, par conséquent, une valeur particulière à l'information générale. L'erreur la plus courante consiste à maintenir une séparation nette entre l'économie et la politique, comme si l'on pouvait faire une bonne politique sans tenir compte des données économiques et sociales, comme s'il était possible d'organiser l'économie sans faire entrer en jeu les facteurs politiques. La spécialisation est sans doute inévitable, mais elle risque d'aboutir à un véritable abrutissement lorsque l'individu spécialisé fait abstraction de la culture générale et se ferme à l'information. Dans certains grands journaux, il a été constaté que les rédacteurs économiques ne lisent même pas régulièrement les pages politiques de leur propre quotidien.

Le comportement de l'industriel envers l'information en général et la presse en particulier est souvent proche de l'absurdité. En Allemagne, certaines entreprises ne souscrivent des abonnements à un journal que pour des raisons de prestige afin de les étaler dans les antichambres, mais non pas pour que leurs responsables les lisent régulièrement. Ceux-ci ignorent l'interdépendance entre l'économie et la politique, ils ont souvent aussi — dans tous les pays européens, mais beaucoup moins aux États-Unis — un mépris souverain pour les journalistes qu'ils jugent incapables de compren-

dre leurs propres problèmes et qui ne sauraient, par conséquent, rien leur apprendre. Ils négligent le fait capital qu'ils sont eux-mêmes enfermés dans leur propre cadre et qu'ils ont besoin de quelqu'un qui soit capable de leur présenter une vue générale.

Le refus de l'information s'allie, en outre, à la défense presque instinctive de ses propres préjugés qu'on veut préserver contre la réalité, souvent parce qu'on trouve gênant d'être obligé de changer d'avis et de se donner une autre structure mentale. Quelques grands industriels allemands ont ainsi récemment été vivement surpris par les talents d'organisation des Marseillais, bien que tous les correspondants allemands en France aient depuis des années publié de nombreux articles dans leurs journaux attirant l'attention sur la transformation profonde intervenue en France et sur le manque de fondement d'un certain nombre de préjugés. Ces articles n'avaient vraisemblablement pas été lus, comme ces mêmes responsables n'avaient pas pris note des divers rapports présentés sur ce thème à un certain nombre de réunions nationales ou internationales.

L'insuffisance d'information des responsables est dans une large mesure due à un mélange d'indifférence et de paresse. Le nombre des hommes d'Etat ou tout simplement des parlementaires qui lisent régulièrement eux-mêmes chaque jour plusieurs journaux en consacrant entre trente et soixante minutes à leur lecture est malheureusement fort réduit. De leur côté, les industriels déclarent à tout moment qu'ils n'ont même pas le temps de lire une fraction de la presse économique. Il y a quelques années, un quotidien économique d'un pays européen a envoyé à ses abonnés un questionnaire afin de leur demander s'ils souhaitaient davantage de texte ou davantage de publicité. La grande majorité s'est vivement prononcée pour la publicité et a ainsi tourné le dos à l'information avec une indifférence bouleversante. On pourrait prolonger indéfiniment la liste de faits de ce genre.

Il est notamment surprenant et presque incroyable de voir combien les lecteurs d'un journal sont capables de ne pas lire, pendant une longue période, les articles essentiels et de se soustraire ainsi à toute information. Lors de la négociation sur la Communauté Européenne du Charbon

et de l'Acier, un important journal économique allemand, auquel une grande partie des responsables de l'économie était abonnée, avait publié de nombreux articles sur la question en mentionnant les détails de la négociation et en présentant à ses lecteurs toutes les thèses. Malgré ce travail d'information parfaite, la rédaction a reçu au moment de la signature du traité de nombreuses lettres réclamant des articles sur ce curieux plan Schuman qu'on avait malheureusement ignoré jusqu'à ce moment là. Nous revenons ainsi à l'idée déjà exprimée que l'efficacité de l'information dépend moins de son volume et de sa qualité que de la volonté d'absorption de l'individu. Que les responsables souffrent d'une absence de volonté d'absorber ce qui se publie nous paraît très dangereux et lourd de conséquences, surtout dans le domaine politique où la situation n'est guère différente. Ne citons qu'un seul exemple : un homme politique important, chargé d'un grand ministère, après avoir été écarté du gouvernement pendant quelques années, se présentait à l'opinion en faisant des déclarations fracassantes riches en promesses. Confronté avec la réalité et comprenant les limites financières de ses possibilités, il a rapidement dû faire marche-arrière. Mais, se distinguant, malgré ses défauts, par une grande honnêteté, ce ministre n'a pas hésité à déclarer publiquement qu'il avait parlé sans connaître ses dossiers. Combien d'autres le font chaque jour sans l'avouer ou sans même se rendre compte de leur ignorance ?

Dans le monde politique, la question se pose d'ailleurs de savoir dans quelle mesure une information suffisante des responsables est pratiquement possible. Dans un régime parlementaire, les parlementaires doivent se partager entre leur fonction publique et leur rôle politique, ce qui limite considérablement leurs possibilités de travail. Aux Etats-Unis et en France, une partie des ministres est sans doute plus dégagée des engagements strictement politiques, bien qu'aux Etats-Unis, tout ministre soit obligé de maintenir un contact aussi direct que laborieux avec le public et que sa tâche, en raison même du poids de son pays dans le monde soit, en outre, souvent écrasante, surtout dans les ministères-clé. N'oublions pas non plus que les conférences internationales de toutes sortes deviennent de plus en plus fréquentes et exigent une action ministérielle de plus en plus intensive. Si l'on fait abstraction de quelques rares

personnalités pourvues par la nature d'une capacité de travail extraordinaire et aussi d'une très grande rapidité d'absorption, les exigences d'un ministère moderne dépassent dans les pays plus importants les possibilités humaines.

Or, parallèlement à cet alourdissement des tâches, on observe, de manière d'ailleurs paradoxale et même insensée, une centralisation et une personnalisation de la décision. Le général de Gaulle n'est point à cet égard un phénomène exceptionnel. La situation est assez identique en Grande-Bretagne, aux Etats-Unis ou en Allemagne. Le général de Gaulle est un exemple intéressant, parce qu'il se distingue par une meilleure organisation de son travail et parce qu'il attache à son information personnelle une très grande importance. Il lit ainsi chaque jour cinq journaux, dont trois étrangers. Il passe, en principe, la matinée seul dans son cabinet de travail pour étudier les dossiers, consacre l'après-midi à des entretiens, et termine, toujours en principe, sa journée vers 20 heures pour la recommencer le lendemain à 8 heures environ. Bien que la France ait une responsabilité mondiale beaucoup plus faible que les Etats-Unis, quelques heures d'études solitaires ne permettent pourtant guère à un chef d'Etat de connaître à fond toutes les questions sur lesquelles il est appelé de prendre des décisions. Qu'il le veuille ou non, il est obligé de remplacer assez souvent le savoir par l'opinion, la connaissance par l'imagination. Bien sûr, il a la possibilité et le droit de faire confiance à ses collaborateurs et à ses hauts fonctionnaires, mais il faut alors prendre conscience du fait que la centralisation du pouvoir aboutit dans bien des cas à une omniprésence et à une influence parfois exagérée des technocrates.

D'autre part, personne ne conteste que le général de Gaulle soit mieux renseigné que d'autres chefs d'Etat ou d'autres ministres. Il vaudrait sans doute la peine de faire une enquête discrète parmi les excellences ministérielles du monde occidental afin de déterminer le pourcentage de ceux qui lisent plus que superficiellement chaque jour au moins un journal sérieux susceptible de l'informer de façon sérieuse sur l'évolution du monde, de la politique, de la science et de la culture. En général, ces grands responsables se contentent de la revue de presse très condensée qu'on dépose chaque matin sur leur bureau et dont souvent ils ne s'ap-

roprient que les passages soulignés. Leur vue du monde dépend donc du jugement de quelques collaborateurs plus ou moins subalternes, qui, avec la meilleure volonté du monde, ne sauraient introduire dans une revue de presse sommaire les nuances et la multitude des opinions, qui déterminent, dans une large mesure, le cours des événements. En outre, les responsables politiques, continuellement débordés comme ils le sont, mais soucieux de s'occuper de tout et surtout d'un certain nombre de nominations qui n'ont aucune importance réelle, demandent à leurs collaborateurs de leur présenter des notes condensées sur les grandes questions du moment. Le président Kennedy avait établi la règle qu'aucune note ne devrait dépasser deux feuillets. Certes, avant de prendre des décisions capitales, il avait l'habitude d'organiser des discussions assez longues avec des personnalités compétentes. Toutefois, la vie d'un pays ne dépend pas seulement de décisions capitales, mais d'un ensemble de mesures secondaires, et le Président intervient souvent comme arbitre lorsque s'opposent différents intérêts ministériels. C'est surtout ce rôle d'arbitre qu'il exerce sans posséder les connaissances suffisantes. Il est évident que dans bien des cas, personne n'est capable d'exposer clairement un problème en 50 lignes dactylographiées, en y mettant les nuances nécessaires. Le secrétaire d'Etat américain à la Défense McNamara semble chercher la solution dans l'utilisation des cerveaux électroniques. Cette méthode est sans doute parfaite pour procéder à la réorganisation administrative et comprimer les dépenses militaires stériles, mais elle est risquée dans l'aire politique, parce qu'elle exclut les impondérables, donc les facteurs psychologiques, qui ne sont accessibles qu'au jugement de l'homme. Par ailleurs, même après le travail préparatoire de la machine, l'appréciation finale d'une situation appartient exclusivement à l'homme, qui doit être informé afin d'être en mesure de remplir sa tâche.

Actuellement, on observe dans les rangs des grands responsables du monde entier un déséquilibre critique entre le temps qu'ils consacrent respectivement à l'action, à l'information et à la réflexion. Trop d'hommes d'Etat s'abandonnent exclusivement à l'action. La réflexion est, de son côté, intimement liée à l'information, car c'est une information ample et éveillant la curiosité qui incite tout naturellement à la réflexion. Celui qui tra-

verse avec indifférence un monde éternellement en mouvement et en transformation, celui qui se veut homme d'action sans se soucier de l'information, ne trouvera jamais le chemin de la réflexion.

La solution est difficile à élaborer. A notre avis, elle dépend surtout de la volonté des responsables, qui devrait s'exercer dans une double direction : obtenir un maximum d'informations directes sans passer par des intermédiaires filtrants et condensants ; limiter le domaine réservé à tous les échelons, qu'il s'agisse d'un chef de gouvernement, d'un ministre ou d'un directeur d'un grand service, aux questions essentielles, en éliminant l'énorme masse de bagatelles quotidiennes, qui ne font que flatter une ambition superficielle ou relèvent des bas-fonds de l'intrigue. Il s'agit de se restreindre afin d'être en mesure d'agir plus efficacement là où une responsabilité élevée demande une décision d'autorité.

L'information économique.

D'après des affirmations de plus en plus fréquentes, l'information économique est désormais une des conditions de la démocratie, laquelle ne saurait être exclusivement politique, mais pour s'épanouir véritablement devrait avoir un prolongement économique.

Cette conception n'est pas très claire, car il n'est pas facile dans une démocratie du type occidental de combiner le refus du collectivisme et le maintien de l'initiative privée avec une large participation des salariés à la gestion des affaires. Quoi qu'il en soit, selon une opinion plus politique que scientifique, la démocratie économique donne aux salariés et à leurs syndicats un droit de regard sur l'administration des entreprises, et aux professions, parallèlement, un droit de regard encore plus fort sur l'élaboration de la politique économique et financière gouvernementale. Selon la même thèse, la réalisation de cette démocratie économique suppose une très large information sur l'ensemble des données économiques et financières de l'Etat et des entreprises, que celles-ci soient nationalisées ou privées.

En mettant en vedette l'information économique, on a tendance à oublier que, dans sa forme élémentaire, elle ne constitue pas une nouveauté, mais qu'elle est intimement liée au double développe-

ment de la démocratie et du grand capitalisme. Le droit de contrôle du parlement sur la gestion financière et économique de l'Etat a, en effet, été le point de départ de la démocratie moderne. Par l'intermédiaire de ses représentants, le citoyen a toujours participé dans ce domaine à la gestion des affaires publiques. Dans toutes les élections, les questions économiques et financières ont toujours joué un rôle décisif. Par ailleurs, dès que de grandes sociétés anonymes se sont adressées à l'épargne, elles ont été obligées de publier des bilans clairs et détaillés afin d'inspirer confiance. Le capitalisme américain est resté fidèle à cette tradition, et le droit allemand a imposé aux sociétés anonymes une publicité identique. Aux Etats-Unis, il est d'usage de publier des bilans intérieurs tous les trois mois, en Allemagne, les assemblées générales ne sont pas toujours une pure formalité. Les données sont un peu plus obscures en France et en Italie, mais partout en Europe, on s'oriente vers des bilans plus clairs et plus complets. Seulement, il ne suffit pas que les bilans existent, il faut aussi que les intéressés les étudient et soient capables de les comprendre et surtout de les interpréter. Par conséquent, il n'est pas d'information valable sans formation préalable ou simultanée des hommes auxquels elle s'adresse. Autrement dit, pour la démocratie économique comme pour les dirigeants responsables, la volonté de s'informer importe davantage que la possibilité matérielle de le faire. On sous-estime la masse de données économiques et sociales qui est actuellement mise à la portée de chaque individu, mais en même temps on surestime la capacité des individus de s'en servir utilement. Cette limitation n'existe pas uniquement au niveau des salariés ou des syndicalistes, mais aussi, dans une certaine mesure, à celui des cadres moyens et supérieurs.

De toute manière, les chefs d'entreprise ont tort d'opposer à l'information économique les barrières de leur hostilité, de leur passivité ou de leur indifférence. Si les Etats-Unis souffrent presque d'une abondance de capitaux, qui rencontrent des difficultés de s'investir et qui sont obligés de s'expatrier, tandis que l'Europe se plaint chroniquement d'une crise des investissements, il ne faut pas seulement en chercher les causes dans un développement économique différent, mais aussi dans la loyauté des entreprises d'outre-Atlantique, qui ouvrent leurs portes et leurs livres et qui n'appli-

quent pas les méthodes cachotières de leurs collègues européens. Si l'industrie veut être comprise et appuyée, si elle veut justifier le profit, elle doit jouer avec des cartes ouvertes et exposer régulièrement au grand public à la fois ses problèmes et ses mérites, ses besoins et ses espoirs.

Participation et contestation.

Toutefois, l'information économique ne doit pas être conçue selon la mode syndicale comme un aliment permanent de la contestation. La participation est autre chose que la contestation ou la revendication, car elle implique inévitablement la responsabilité, si elle ne veut pas avoir un effet négatif et même destructeur. Par conséquent, l'information économique n'est valable que lorsqu'elle est mise exclusivement et intégralement au service de la vérité, si elle se présente dans une première phase comme une instruction sur les données élémentaires de toute action économique, si elle considère la formation des hommes comme sa principale raison d'être afin de rendre possible une véritable démocratie qui doit être basée au-delà des contestations et des revendications sur un large civisme. Il nous paraît absolument indispensable de libérer l'information économique de l'hypothèque démagogique qui dans l'esprit de trop de personnes pèse actuellement sur elle. Le chef d'entreprise n'est pas obligé d'éclairer les salariés sur la situation de sa société afin de leur fournir des arguments pour des revendications sociales, mais afin de contribuer ainsi à la création d'un climat dynamique d'expansion et de progrès. L'information économique doit se placer dans un cadre de collaboration et de confiance, elle ne s'épanouira jamais entre deux antagonismes sociaux. Et surtout, qu'on ne la limite pas à des demi-vérités, dont les uns ou les autres peuvent se servir à des fins plus ou moins démagogiques, mais qu'on la pousse jusqu'au fond des problèmes, parce que l'économie est régie par des réalités et ne progressera que si tous ses éléments respectent ses lois élémentaires, loin des illusions et en intime liaison avec la vérité.

Donnons quelques exemples pour concrétiser ces considérations peut-être un peu trop théoriques. Commençons par la politique des revenus. Il est extrêmement difficile de faire admettre que le salaire est intimement lié à la productivité et qu'il

n'est pas possible d'augmenter le pouvoir d'achat au-delà de la progression annuelle globale de la productivité. Certes, tout le monde accepte le bien-fondé de cette règle, mais dès qu'on descend dans l'arène, on se donne le droit de la négliger ou de la rejeter. Lorsque les gouvernements essaient d'éliminer grâce à la formule magique de la politique des revenus ces difficultés psychologiques, ce refus de reconnaître une vérité économique incontestable, ils se prêtent aux jeux de la démagogie, car ils donnent l'impression qu'il est possible d'assurer aux salariés des avantages substantiels aux dépens d'autres catégories sociales. Il serait plus intelligent et plus efficace de faire comprendre aux salariés par tous les moyens de l'information moderne qu'ils représentent désormais la très grande masse de la population active — dans certains pays plus de 90 % — et que la rémunération des agriculteurs est presque toujours en retard sur leur propre pouvoir d'achat. Il est tout aussi inadmissible que les autorités assistent tacitement à une interprétation absurde des statistiques fiscales de l'impôt sur les revenus. Il n'est pas scandaleux que la part payée par les salariés augmente d'année en année ; c'est une conséquence de la transformation professionnelle de la société. Si l'on voulait tirer de ces statistiques des leçons sociologiques valables, il faudrait déterminer très exactement, et non pas approximativement, la charge fiscale directe des différentes catégories de revenus, en évitant de mettre dans le même pot le salaire occasionnel et partiel d'une femme de ménage nettoyant le matin les bureaux et le traitement du président-directeur général.

Bref, dans une société développée telle que la nôtre, une politique des revenus devrait surtout favoriser une partie des agriculteurs et quelques catégories salariales défavorisées, tout en faisant comprendre à tous que la stabilité des prix et, par conséquent, la permanence du progrès s'oppose à toute augmentation du revenu global au-delà de l'accroissement de la productivité. L'application de cette règle exige une compensation entre les différentes catégories salariales avec l'obligation pour les entreprises les plus productives de réduire progressivement leurs prix et de ne pas consacrer tous les avantages tirés de la productivité à assurer la hausse des salaires et l'autofinancement. En agissant autrement, on crée des nouveaux déséquilibres, car le secteur tertiaire, dont le volume croît

sans cesse, est beaucoup plus limité dans ses efforts de productivité que le secteur secondaire et même que le secteur primaire de l'économie.

Ces vérités sont bien connues, mais elles sont souvent négligées par l'information économique privée ou gouvernementale, parce qu'elle sont contraires à ces actions revendicatives que les syndicats considèrent souvent encore à tort comme leur principale raison d'être. On hésite surtout à démontrer clairement aux salariés que dans une société bientôt composée presque exclusivement de salariés et de personnes assimilées, tels que les petits et moyens exploitants agricoles et les artisans, l'amélioration du sort d'une catégorie quelconque ne peut se faire qu'aux dépens d'autres salariés et non pas en limitant les profits des trusts. Les nationalisations ont démontré dans tous les pays du monde que le profit capitaliste est pour la masse une source d'enrichissement extrêmement modeste. La suppression radicale du profit privé n'a d'ailleurs pas réussi à améliorer le niveau de vie de l'ouvrier soviétique. Bien au contraire.

Une deuxième vérité économique intégrale, sans doute point ignorée, mais insuffisamment étudiée, concerne le caractère global du progrès social. La part du revenu qu'une économie peut consacrer au pouvoir d'achat des salariés, à l'investissement, à la sécurité sociale et aux investissements collectifs, tels que hôpitaux, écoles, terrains de sport, routes, etc., dépend strictement du volume et du développement du produit national brut, à l'exclusion de toute élasticité. Lorsque la charge fiscale et sociale globale atteint approximativement 50 % du revenu national, comme c'est actuellement le cas en France, il est exclu que l'on puisse financer des dépenses supplémentaires dans le secteur social collectif sans limiter le pouvoir d'achat de la grande masse des salariés. Autrement dit, chaque citoyen doit devenir conscient de la nécessité permanente d'arbitrer entre son pouvoir d'achat, sa sécurité sociale et les aspirations collectives, sans négliger les investissements productifs, qui sont la condition indispensable de tout accroissement régulier du revenu national. Malheureusement, dans tous les pays occidentaux et même aux Etats-Unis, les syndicats, les partis politiques et toutes sortes de groupes de pression réclament tout à la fois des majorations de salaire, des prestations de maladie plus complètes, des écoles plus modernes et plus nombreuses, et ainsi de suite.

Une bonne information économique ferait comprendre que le développement de la société moderne va de pair avec des exigences accrues de l'équipement social collectif, et que ce dernier doit être financé en priorité par l'accroissement du revenu national, surtout lorsque le pouvoir d'achat a atteint un niveau sinon satisfaisant, au moins relativement convenable. Certes, cette idée est clairement exprimée par le V^e plan économique français, mais au lieu d'être largement divulguée, les autorités ont décidé de la cacher, parce qu'elle risquerait de choquer les salariés et de porter atteinte au prestige populaire du plan. Il s'agit là d'un exemple frappant de contre-information économique. La peur de la vérité n'est jamais bonne conseillère.

Enfin, un dernier exemple, celui du logement et, plus généralement, de l'emploi du revenu. La population française a connu longtemps, dans sa majorité, des conditions de logement assez minables, la plus grande part ne possédant qu'un logement modeste. Actuellement, les données changent progressivement, mais parallèlement le coût du logement augmente, pas seulement à cause du loyer, mais aussi en raison de l'amélioration du confort, réfrigérateurs électriques, chauffes-eau, machines à laver, aspirateurs, etc. Il est évident que la progression du revenu individuel n'est pas toujours conforme à cette progression des dépenses pour le logement, car on assiste à une véritable révolution des habitudes de vie pour ceux qui ont habité dans des îlots insalubres et qui passent subitement dans des grands ensembles d'habitation sociale ; même à loyer modéré, le décalage est énorme, comme d'ailleurs leur ascension sociale et humaine. Cette transformation déséquilibre évidemment les budgets familiaux. Malheureusement, personne ne se donne la peine d'expliquer clairement à ces gens que tout progrès se paie et exige un minimum de sacrifices. Lorsqu'on est mieux logé, on est, bon gré mal gré, obligé de restreindre d'autres dépenses, peut-être l'automobile et la télévision et surtout l'alimentation, à laquelle le Français moyen consacre une somme beaucoup plus élevée que son collègue allemand, qui a depuis longtemps l'habitude d'un logement relativement cher. C'est pourquoi il a toujours été facile de vendre en Allemagne les bas quartiers de bœuf, tandis que leur utilisation se heurte à des grandes difficultés en France. Pour les mêmes raisons, on trouve en Alle-

magne beaucoup de charcuterie bon marché à base de bœuf, alors qu'en France la charcuterie à base de porc est chère. A défaut d'une information économique véridique, le mécontentement se répand dans des sociétés à haut niveau de vie, parce que le progrès du confort conduit dans de mauvaises conditions à un endettement excessif. Ce cas n'est pas particulier à la France. L'automobile pose un problème considérable. Il est difficile de le résoudre par des interventions gouvernementales, qui limiteraient trop la liberté de l'individu. La solution de ce problème réside uniquement dans une information intelligente sur une gestion rationnelle et possible du budget familial, compte tenu des possibilités réalistes d'une augmentation régulière du pouvoir d'achat.

Conclusion.

Ces réflexions, qui voudraient surtout être comprises comme une contribution à une discussion plus approfondie sur l'information, n'appellent guère de

conclusion. Nous voudrions seulement résumer quelques points, qui nous paraissent importants.

A notre avis, les bases psychologiques de l'information ne sont pas encore suffisamment étudiées et établies. Si l'on veut construire une politique d'information, il faut accorder une priorité absolue à la vérité et à l'objectivité et séparer très strictement l'information de la propagande, — qui n'est pas nécessairement condamnable comme instrument gouvernemental — et de la publicité. Rien ne sera obtenu avant que les responsables de la politique et de l'économie ne prennent eux-mêmes conscience de l'importance d'une bonne information pour développer leur propre action. Enfin, la meilleure information est la formation civique et économique des citoyens qui doivent comprendre que la démocratie ne se résume point dans un droit de contestation, mais qu'elle est intimement liée à la volonté de participation de chaque individu, cette participation impliquant nécessairement l'acceptation de responsabilités.

