

*Wash.*

6 875/X/68 - F

COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

Direction Générale de la Presse  
et de l'Information

Bruxelles, le 2 mai 1968

Colloque européen des rédactrices et rédacteurs en chef  
de la presse féminine  
(Bruxelles, 2-4 mai 1968)

LA PRESSE FÉMININE

ET LA CONSTRUCTION DE L'EUROPE

exposé introductif de M. Jacques-René RABIER

Nous sommes, mes collègues et moi, extrêmement heureux de vous accueillir à Bruxelles, capitale provisoire de l'Europe en construction.

Ce colloque revêt à nos yeux une très grande importance. En effet, si vos éditeurs ont quelques occasions de se rencontrer au niveau européen, notamment dans le cadre de la "Communauté des associations d'éditeurs de périodiques du Marché commun européen", et si les journalistes eux-mêmes ont des échanges par-dessus les frontières grâce à leurs organisations syndicales ou professionnelles, et notamment grâce à la jeune et dynamique "Association internationale des journalistes de la presse féminine" dont je salue ici la présidente, Madame Huguette DEFOSSE, c'est la première fois que les rédactrices et rédacteurs en chef des magazines féminins de nos six pays sont réunis - et sont réunis pour un colloque, pour des échanges de vues, avec des représentants de la Communauté européenne.

Pour la première fois, depuis une dizaine d'années que le Marché commun et la Communauté européenne commencent à devenir une réalité, une réalité qui est désormais et de plus en plus l'affaire de tout le monde, les représentants des institutions chargées de mettre en place, pour 180 millions d'Européens, ce Marché commun et ce nouveau type de relations entre les peuples accueillent ici et maintenant les représentants des 70 millions de lectrices et de lecteurs - si je peux hasarder un chiffre - que comptent vos publications dans nos six pays.

Nous vous remercions d'avoir répondu à notre invitation et d'être venus nombreux. Nous avons invité 67 rédactrices ou rédacteurs en chef. Une quarantaine sont ici présents ou représentés. Tous les autres se sont excusés et nous ont exprimé l'intérêt qu'ils portent à nos travaux.

J'espère que vous ne serez pas déçus. D'ailleurs ce colloque est placé sous le signe du dialogue et nous attendons autant de vous que vous pouvez attendre de nous.

I

POURQUOI CE COLLOQUE ?

Nous avons essayé de répondre à cette question préalable dans notre lettre d'invitation.

1 - Dans soixante jours exactement, le 1er juillet prochain, une étape importante dans l'établissement du Marché commun sera franchie. Ce qui était autrefois un rêve et naguère encore un projet sera devenu réalité.

Certes, vous verrez encore des douaniers, pendant plusieurs années, aux postes frontières à l'intérieur de la Communauté, mais les droits de douane auront complètement disparu pour les échanges entre les pays membres et un même tarif extérieur, aux taux réduits, sera perçu sur toute marchandise entrant dans le territoire communautaire.

2 - Ce n'est là qu'une étape : l'objectif de la Communauté européenne, tel qu'il est inscrit dans les traités unissant nos six pays, et notamment dans le Traité de Rome de 1957, ce n'est pas seulement d'abolir les frontières douanières entre les pays membres, mais d'élaborer des politiques communes dans tous les domaines de l'activité économique (agriculture, industrie, commerce, transports, etc...), et plus fondamentalement d'établir une union sans cesse plus étroite entre les peuples européens. "C'est notre génération - et non la suivante - qui doit construire le continent européen", déclarait récemment M. Jean REY, président de la Commission des Communautés Européennes.

Nous ne vous cacherons aucune des difficultés de cette aventure historique sans précédent :

- dans certains domaines il y a des retards,
- la Communauté a traversé des crises et en traversera sans doute encore d'autres,

- les gouvernements de nos six pays ne sont pas toujours d'accord entre eux sur le rythme ou les modalités des transformations qui apparaissent nécessaires ou souhaitables aux détenteurs du pouvoir d'initiative et de proposition, c'est-à-dire à la Commission des Communautés européennes, ou aux représentants de nos peuples, c'est-à-dire aux membres du Parlement européen.

Mais le départ est pris, et c'est à notre avis un bon départ. Depuis quinze ans l'Europe a plus progressé dans la voie de l'union librement acceptée et pacifiquement réalisée de ses peuples qu'en aucune autre période de son histoire.

Les difficultés actuelles et le désenchantement qui peut en résulter chez les impatients - ou l'impatience qui doit en résulter chez les désenchantés - ne doivent pas faire oublier les progrès :

- de 1958 à 1966, les échanges entre les pays de la Communauté ont plus que triplé, tandis que les échanges mondiaux augmentaient de 90 % seulement;

- la valeur du produit brut, c'est-à-dire la valeur de la production totale à prix constant a augmenté de 52 %, contre 46 % aux Etats-Unis et 31 % en Grande-Bretagne;

- le volume de la consommation privée a augmenté de 50 %, un peu plus que le volume de la consommation publique, et le volume des investissements de 72 % : ces taux d'augmentation sont supérieurs - et de loin - à ceux des Etats-Unis et de la Grande-Bretagne; de toutes les grandes régions industrielles à régime économique comparable, seul le Japon a des taux de croissance plus élevés.

Il serait facile de multiplier les chiffres. Nous prendrons pour règle, au cours de ce colloque, de ne pas céder à cette facilité ou à cette déformation professionnelle...

Ce qui est peut-être plus important que le développement économique, car la Communauté avait un grand retard à rattraper, c'est le fait que, pour la première fois dans l'histoire, six grands pays ont accepté de soumettre une grande partie de leur pouvoir de décision à des règles et à des institutions communes : une Commission européenne qui propose; un Conseil qui décide; un Parlement qui contrôle; une Cour de Justice qui dit le droit et dont les arrêts sont directement exécutoires dans nos six pays.

Qui l'eut cru possible il y a seulement vingt ans ? Où en serons-nous dans vingt ans si nous progressons dans la même voie et au même rythme ?

Nous n'avons pas l'ambition de vous donner une réponse à une telle question, mais de commencer à y réfléchir avec vous.

3 - Une telle transformation, quels qu'en soient les délais, les modalités, les aléas et même les ambiguïtés, ne peut ni ne doit laisser indifférents les hommes et les femmes d'Europe. Ce n'est pas seulement l'affaire des gouvernements, des organisations professionnelles, des experts, des technocrates ou des "eurocrates" : c'est - ou plutôt cela devrait être - l'affaire de tous les citoyens et même des futurs citoyens de nos six pays.

Dans un petit nombre d'années, non seulement les produits circuleront à l'intérieur du Marché commun comme ils circulent actuellement à l'intérieur de chacun de nos pays, mais les entreprises et les travailleurs pourront s'installer librement dans tel ou tel des six pays, et déjà ils commencent à le faire. Les politiques économiques, fiscales et monétaires seront harmonisées. Les accords commerciaux avec l'extérieur seront négociés par la Communauté en tant que telle et non plus par chacun des pays qui la forment. Les stratégies des entreprises, y compris celles des firmes de publicité, prendront en considération

la Communauté comme un tout, un tout diversifié certes, comme l'est la Suisse et comme le sont, à une plus grande échelle, les Etats-Unis d'Amérique, mais un tout : un espace économique soumis aux mêmes règles de fonctionnement et de développement.

Je ne veux pas ici et dans cet exposé introductif quitter le terrain solide des certitudes. Il ne s'agit, pour l'instant, ni d'anticiper, ni d'exprimer des préférences. C'est pourquoi nous ne vous dirons pas si, en 1970 ou en 1972, la Grande-Bretagne fera partie de la Communauté, ni si la Communauté elle-même - à six, à sept ou à dix - aura évolué vers la formation d'une fédération européenne, des Etats-Unis d'Europe, avec un gouvernement européen et un parlement élu au suffrage universel direct qui, en certaines matières, décideraient en dernier ressort. Ce sont des sujets en discussion. Vous pouvez d'ailleurs en discuter. Notre objet, pour le moment, est tout autre : ce n'est pas de vous faire entrevoir l'Europe unie telle qu'elle devrait être, mais de vous montrer l'Europe en voie d'unification telle qu'elle est, aujourd'hui, en mai 1968.

Les journalistes, même lorsqu'ils regardent vers l'avenir, ce qui ne leur est pas interdit, vivent dans l'actualité : ce ne sont, en général, ni des historiens, ni des visionnaires. Leur devoir et leur intérêt, c'est d'informer leurs lecteurs - et leurs lectrices - sur l'actualité, c'est-à-dire sur ce qui se passe dans le monde et qui peut intéresser ces lecteurs et ces lectrices, ce qui les concerne, ce sur quoi ils peuvent agir.

Nous considérons, à tort ou à raison, mais c'est la convention tacite qui nous réunit aujourd'hui, que la construction de l'Europe intéresse ou devrait intéresser tous les Européens.

La presse quotidienne, nationale ou régionale, en est bien persuadée, qui fait aux problèmes européens une place croissante dans ses colonnes, mais peut-être en centrant trop exclusivement son information

sur le quotidien, sans dégager toujours la signification de telle décision, de tel événement, dans l'ensemble du processus d'intégration européenne. Quoi qu'il en soit, la presse quotidienne fait un gros effort, dont témoigne la présence permanente à Bruxelles d'environ 80 correspondants des grandes agences et des grands journaux autres que belges, dont les deux tiers couvrent des agences et quotidiens des six pays de la Communauté et un tiers des organes publiés à l'extérieur, y compris au Japon ou dans des pays de l'Est.

La presse périodique, notamment la presse professionnelle, couvre également avec beaucoup de soin les problèmes européens. Il n'est guère de profession qui n'ait constitué son secrétariat ou son comité de liaison européen, et qui ne publie son bulletin, alimentant ainsi de puissants organes nationaux.

La presse des jeunes également tient compte du Marché commun et de la construction de l'Europe. Dès 1960 les éditeurs des six pays ont créé une association européenne, "EUROPRESS-JUNIOR", dont le but est double : défendre au plan européen les intérêts de la profession et promouvoir une meilleure information des jeunes lecteurs par des nouvelles, des reportages, des concours, etc...

Qu'en est-il de la presse féminine ? Nous ne sommes pas réunis ici pour nous féliciter et nous encenser mutuellement, et je manquerais à la franchise si je ne vous disais crûment que, considérée dans son ensemble, elle me paraît en retard, par rapport aux autres catégories de moyens d'information.

Nous le pensions déjà en prenant l'initiative de ce colloque et en échangeant nos premières réflexions avec Madame Huguette DEFOSSE et avec ses consœurs de l'Association internationale des journalistes de la presse féminine. Cette impression a été confirmée par la lecture à

laquelle nous nous sommes attachés, mes collaborateurs et moi, de la plupart de vos publications, au cours des derniers mois.

Nous ne sommes pas seuls de cet avis et je ne résiste pas à l'envie de vous citer textuellement quelques passages d'un cours que professe à l'Institut français de Presse une personnalité qui est étroitement liée à un groupe de presse particulièrement important, en France, M. Robert SALMON :

" Grâce à son journal, écrit Robert SALMON, la femme peut diriger l'entreprise "foyer" sans s'absorber dans la famille. Et ce n'est pas le moindre mérite de ces journaux que d'apprendre à leurs lectrices à mieux faire leur métier de femme tout en développant leur féminité.

Un reproche peut-être, poursuit M. SALMON : cette presse est tout entière tournée vers le confort individuel, matériel et sentimental. Elle ignore les puissantes campagnes d'action sociale qui ont fait la grandeur de la presse féminine. Elle ignore beaucoup d'événements importants économiques, scientifiques, politiques, qui font notre monde et qui sont importants pour les femmes aussi. En ce sens, la presse féminine a encore des progrès à faire dans la véracité et l'ampleur de son contenu" (1).

Le ton est mesuré, comme vous le voyez. Et l'auteur sait de quoi il parle. Son propos pourrait être mis en exergue de ce colloque.

Nous ne vous avons pas invités ici pour vous mettre en accusation; nous connaissons et apprécions les efforts faits par certaines de vos publications; et, en tout cas, nous nous offrons nous-mêmes, de même

---

(1) Cité par Promotion des Affaires, n° 518, 31 mars 1968, pp.7-8.



que nous offrons nos institutions et leurs réalisations, à vos propres critiques. C'est la loi du dialogue démocratique.

D'une lecture attentive et, j'ose le dire, sympathique de vos publications nous retenons l'impression de magazines d'une excellente qualité technique et souvent d'un grand intérêt rédactionnel.

Mais une double caractéristique semble rendre difficile la pénétration des messages socio-économiques et socio-politiques - même habilement vulgarisés - dans vos publications.

D'une part, la presse féminine, plus encore peut-être que la grande presse d'information, vit de publicité, de sorte que semble presque inconvenante toute allusion à un modèle de vie, à un projet de civilisation, autre que celui de la pure société de consommation, c'est-à-dire d'une société dans laquelle tout à la fois la fonction "consommation" est hypertrophiée, dans le champ des représentations et aspirations sociales, en même temps que le consommateur est subitement conditionné par un ensemble de techniques et de messages où le "rédactionnel" est souvent difficile à distinguer du "publicitaire". Mais la dimension "Marché commun" est devenue et va être de plus en plus l'une des dimensions de toute campagne publicitaire de quelque importance. Mieux encore, l'argument "Marché commun" ou "qualité Marché commun" n'est pas sans importance, puisque de nombreux publicitaires commencent à l'utiliser.

D'autre part, la lecture de vos publications nous laisse à penser que vous offrez à vos lectrices - et sans doute cherchent-elles dans vos colonnes - des messages rassurants et pour tout dire des messages d'évasion. Faut-il faciliter en tout temps et en tout lieu ces tentatives d'évasion ?

Ces deux remarques montrent que le dialogue, au cours de ce colloque, ne sera pas toujours facile, même si nous essayons, de part et d'autre, de nous mieux connaître et de nous mieux comprendre.

Pour nous, la société de consommation est un type de projet de civilisation parmi d'autres, et nous souhaitons qu'il soit largement discuté au moment même où l'Europe cherche péniblement à affirmer sa personnalité dans le monde.

Pour nous, le consommateur et plus encore peut-être la consommatrice doivent être protégés, informés et formés pour affronter les chances et les risques du Marché commun européen. Le consommateur est un élément faible, facilement impressionné et dominé; c'est un souverain nominal dont l'affectivité guide plus souvent le comportement que le choix rationnel.

Pour nous, le rôle de la presse n'est pas seulement ni principalement de faire rêver, d'arrondir les angles et de peindre en rose les réalités du monde, mais d'intégrer des hommes et des femmes, d'origines et de conceptions différentes, dans un vaste débat et s'il le faut dans un vaste combat, où chacun cherchera librement, par l'information, l'éducation et la réflexion, les terrains et les modalités de sa participation personnelle - si minime soit-elle - à la transformation du monde.

Est-ce idéalisme de notre part ? Nous ne le croyons pas. Au contraire, nous pensons qu'il est réaliste, quelles que soient l'importance et peut-être, mais c'est moins sûr, la stabilité de vos tirages et de vos audiences, de porter une attention vigilante aux transformations démographiques, économiques, sociales, culturelles et politiques qui apparaissent et vont s'accélérer dans notre continent européen, au cours des prochaines décennies. Transformations dont la construction de l'Europe et les rapports de l'Europe avec le reste du monde constituent un élément majeur.

II

L'OPINION PUBLIQUE, LES FEMMES ET L'EUROPE

Il est courant d'opposer l'Europe des gouvernements, ou l'Europe des affaires, ou encore l'Europe des technocrates, à l'Europe des peuples.

C'est un fait que l'Europe se construit, avec un préjugé favorable, nous disent les sondages d'opinion, mais dans l'indifférence assez généralisée des citoyens.

Peu d'hostilité; trop peu d'hostilité, serais-je tenté de dire : moins de une personne sur dix dans nos six pays. Et il faut souligner ici que même les revendications ou protestations les plus spectaculaires, par exemple celles des exploitants agricoles qui s'estiment défavorisés, sont dirigées moins contre l'unification de l'Europe que contre telle ou telle modalité de réalisation du Marché commun, voire contre les retards de la mise en application des politiques communes par rapport à l'abaissement des droits de douane.

Peu d'enthousiasme et peu de curiosité, moins encore d'information, dans le grand public. Une enquête internationale a montré que, dans nos pays, six à huit personnes adultes sur dix se prononçaient en faveur de l'unification de l'Europe, dont la moitié s'intéressaient vraiment à cette aventure historique et le quart manifestaient un niveau d'information à peu près correct.

Faut-il s'en étonner et s'en alarmer ?

Non, si l'on considère qu'en période dite "normale", c'est-à-dire en dehors des guerres et des crises intérieures très graves, la répartition des attitudes n'est guère différente dans chacun de nos pays à l'égard des grands problèmes de l'actualité nationale ou internationale.

Oui, si l'on considère que la construction de l'Europe exigerait la mobilisation d'attitudes beaucoup plus engagées et de comportements beaucoup plus participants pour briser les conservatismes de toute sorte et les nationalismes de toute espèce.

Quant aux femmes, elles sont généralement en retard :

- moins nombreuses que les hommes à s'exprimer en faveur de l'unification de l'Europe,
- moins nombreuses à se préoccuper des problèmes européens,
- moins bien informées - ou encore plus mal informées, pour mieux dire.

Peut-être faudrait-il nuancer ce diagnostic pour tenir compte du fait que les femmes sont, dans nos pays, moitié plus nombreuses que les hommes dans les groupes d'âge les plus élevés (65 ans et au-delà) et que les individus de ces groupes d'âge - hommes et femmes - sont relativement dégagés des centres d'intérêt nationaux et internationaux.

Une autre correction devrait être faite. Une récente enquête menée en France par la SOFRES montre que, lorsqu'il s'agit, non plus de l'unification de l'Europe en termes généraux, mais de problèmes concrets tels que le Marché commun, l'abolition des droits de douane au 1er juillet prochain, les femmes sont relativement plus nombreuses que les hommes à attendre des résultats favorables, plus nombreuses également à déclarer qu'elles achèteraient indifféremment, à égalité de prix et de qualité, un produit national ou un produit étranger.

Cette tendance, constatée en France, devrait être étudiée dans les autres pays. Quoi qu'il en soit, il semble bien que les femmes soient jusqu'ici moins intéressées que les hommes par les problèmes de l'unification de l'Europe, se sentent moins concernées par ces problèmes, aient moins le souci, le goût ou le loisir de s'en informer.

Faut-il en rester à cette constatation et s'y résigner ?

Si nous refusons de nous ranger parmi ceux qui imputeraient ce décalage culturel à des facteurs physiologiques ou psychologiques, c'est-à-dire, pour parler clairement, à la vingt-troisième paire de chromosomes ou au rôle particulier de la femme dans la reproduction de l'espèce, il faut bien en chercher l'explication dans nos attitudes sociales : celles des hommes et celles des femmes; celles des éducateurs et celles des éduqués; celles des informateurs et celles des informés; celles des lecteurs de journaux et celles des journalistes.

Dans les pays de la Communauté européenne, aujourd'hui, il y a environ 51,5 % de femmes dans la population totale : un peu plus de garçons que de filles parmi les moins de 15 ans; nettement plus de femmes que d'hommes de 15 à 64 ans et surtout au-delà de 65 ans.

La proportion est sans doute à peu de chose près la même dans le corps électoral et peut-être même - hypothèse à vérifier - est-elle plus importante dans l'électorat des partis au pouvoir.

Une personne active sur trois est une femme, et la proportion a tendance à augmenter légèrement. Un salarié sur cinq est une femme. Les femmes mariées sont de plus en plus nombreuses à prendre ou reprendre un emploi. La plus grande partie des achats des consommateurs est décidée ou influencée par les femmes : femmes vivant seules ou femmes mariées.

L'éducation des enfants est en grande partie - en trop grande partie, disent les psychologues - un domaine important de l'activité féminine.

Toute l'évolution socio-culturelle passe par la médiation des femmes, de la femme "agent secret de la modernité", comme l'écrivait récemment un sociologue, Edgar MORIN, en conclusion d'une étude sur

la métamorphose d'une petite commune bretonne :

" La personnalité de la femme rurale est en mutation. Celle de la femme du bourg est en pleine expansion sur un vaste front de génération allant jusqu'à 50 ans, voire plus, et dans toutes les couches de la bourgeoisie naissante (...). Le grand essor féminin déborde la maison de toutes parts, se projette à l'extérieur (...). Un vaste front féminin est en mouvement, irritant parfois les hommes pour qui certaines innovations font "mauvais genre"; tantôt le courant saute l'obstacle, tantôt il le contourne, laissant derrière lui des flots de timidité". (1)

C'est pour sauter l'obstacle ensemble, ou pour le contourner, et laisser derrière nous des flots de timidité, dans la prise de conscience des réalités européennes d'aujourd'hui, que nous avons pris, avec témérité, l'initiative de ce colloque.

Nous ne vous présenterons pas une sorte d'orthodoxie européenne, ni des recettes pour intéresser vos lectrices et vos lecteurs.

Nous savons que vous connaissez votre métier de journalistes, et la composition de votre audience; et peut-être même les centres d'intérêt actuels et potentiels de votre public, de votre public d'aujourd'hui, ainsi que des tranches d'âge et des groupes sociaux que vous n'atteignez pas encore ou que vous n'atteignez qu'occasionnellement.

Nous connaissons aussi, moins bien que vos éditeurs certes, mais un peu tout de même, les sujétions de la presse féminine et de ses diverses catégories : le tirage à maintenir ou à augmenter, les goûts immédiats du public, le manque d'espace rédactionnel, les impératifs ou les recommandations des services de publicité. Nous savons tout cela.

---

(1) Edgar MORIN. Commune en France. La métamorphose de Plodémet. Paris, 1967. pp. 170-171.

Nous savons que les éditeurs ne sont pas nécessairement des philanthropes, ni des éducateurs, et que le premier objectif d'une presse commerciale c'est d'avoir des acheteurs, donc un tirage appréciable, donc des contrats de publicité.

Nous savons tout cela, et nous le saurons encore mieux en ayant dialogué avec vous.

Inversement, nous espérons que vous aurez, dans nos discussions, repéré des thèmes de toute nature susceptibles d'être "détechnicisés" et élaborés en termes simples à l'usage de vos lectrices et de vos lecteurs. Plusieurs exemples nous ont déjà montré que c'était possible. Notre coopération vous est toute acquise et nous faisons confiance à votre sensibilité journalistique.

La seule chose que nous vous demandons c'est de prendre comme hypothèse de travail celle que nous vous avons proposée en vous invitant : si la construction de l'Europe continue à progresser, une grande transformation, déjà perceptible, va s'affirmer et s'accélérer.

Les échanges de tous ordres - de produits, de services, de capitaux et d'idées - vont se multiplier de pays à pays.

Des solidarités nouvelles vont se nouer par-dessus les frontières nationales, en même temps que d'autres types de compétitions vont apparaître.

Sans reproduire nécessairement le modèle américain ou tout autre modèle existant, un nouveau type de consommateur, de producteur, de lecteur et sans doute de citoyen va se former. Il ne sera plus seulement frison ou sicilien, breton ou bavarois, ni seulement allemand, belge, français, italien, luxembourgeois ou néerlandais (ou même britannique

ou scandinave) : il s'affirmera aussi, peu à peu, comme "européen". Or si l'Européen doit naître au cours des prochaines années, nous souhaitons qu'il naisse homme et femme.

Depuis des siècles, notre société s'est habituée à traiter, en fait et parfois en droit, la moitié du genre humain comme formée d'êtres de seconde catégorie.

L'Europe est une idée neuve, mais une réalité encore fragile. Notre Communauté européenne devra, en même temps, s'étendre et s'approfondir. Elle aura besoin de toutes ses ressources humaines, celles des hommes et celles des femmes.

La construction de l'Europe et la promotion de la femme sont deux défis lancés à notre génération.

C'est pour tenter de les définir ensemble et pour nous efforcer d'y répondre ensemble que nous vous avons invité à ce colloque.

Où sont donc les 72 millions de femmes de plus de quinze ans que comptent actuellement les pays de la Communauté ? Comment pouvons-nous les atteindre et les informer ? Dans quelle mesure devons-nous le faire à travers les associations existantes, la grande presse quotidienne, la radio et la télévision ou à travers la presse féminine ? Etes-vous bien sûrs d'atteindre vous-mêmes, non seulement des lectrices, mais aussi des femmes-consommatrices, productrices, éducatrices ou citoyennes ?

Ce sont ces questions que nous nous posons et que nous vous posons.

---