

UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES
INSTITUT D'ETUDES EUROPEENNES

L ' I N F O R M A T I O N D E S E U R O P E E N S
E T L ' I N T E G R A T I O N D E L ' E U R O P E

Cours donné par M. Jacques - René RABIER
directeur du Service de Presse et d'Information
des Communautés Européennes

17-18 février 1965

UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES
INSTITUT D'ETUDES EUROPEENNES

0013

L ' I N F O R M A T I O N D E S E U R O P E E N S
E T L ' I N T E G R A T I O N D E L ' E U R O P E

Cours donné par M. Jacques - René RABIER
directeur du Service de Presse et d'Information
des Communautés Européennes

17-18 février 1965

L'INFORMATION DES EUROPEENS ET L'INTEGRATION

----- DE L'EUROPE ----- -----

Un aussi vaste sujet devrait faire l'objet d'une recherche interdisciplinaire qui, bien entendu, serait de caractère international. Néanmoins, la présentation d'une expérience personnelle et la réflexion sur cette expérience peuvent présenter quelque intérêt pour les étudiants d'un institut d'études européennes, qui se propose de suivre et d'approfondir tous les aspects de l'aventure historique dans laquelle six pays d'Europe se sont engagés, il y a une quinzaine d'années déjà, sans trop savoir peut-être où cela allait les conduire.

Notre réflexion se développera en quatre étapes.

Dans une première partie, plus théorique, nous tenterons de préciser les notions d'information et d'intégration, et de montrer comment l'information des membres d'une société contribue, par la formation d'un consensus, à l'unité et à la cohésion, c'est-à-dire à l'intégration, de cette société.

Ensuite, nous dresserons un inventaire sommaire des moyens d'information collective, des "mass media", dans les six pays de la Communauté européenne.

Serrant de plus près notre sujet dans une troisième partie, nous examinerons comment se présente actuellement l'opinion publique européenne à l'égard de l'intégration de l'Europe. Cet inventaire de nos connaissances et des lacunes de nos connaissances se fera lui-même sur deux plans :

- a) ce que pensent les Européens de la formation d'une Europe unie,
- b) ce que les peuples européens pensent les uns des autres.

Dans une quatrième et dernière partie, nous essaierons d'esquisser ce que pourrait être une politique commune de l'information des Européens. Cette dernière étape de notre réflexion fera une large place à l'expérience, aux efforts déjà engagés et aux résultats déjà obtenus.

Peut-être n'est-il pas inutile de rappeler que, comme il est d'usage dans une chaire universitaire, celui qui l'occupe n'engage que lui-même.

-:-:-:-:-:-:-

Première partie

INFORMATION, CONSENSUS, INTEGRATION

Les mots les plus courants ne sont pas toujours les plus clairs, surtout dans le vocabulaire des sciences sociales.

En ouvrant, il y a quelques années, un colloque organisé par l'UNESCO en vue de l'élaboration d'un dictionnaire terminologique des sciences sociales, M. Léo MOULIN soulignait qu'aucune science n'a fait de progrès essentiels sans un vocabulaire technique parfait, mais que malheureusement les sciences humaines, et plus particulièrement les sciences sociales, ne présentent pas encore ce vocabulaire indispensable à leurs futurs progrès. Plus exactement, elles présentent plusieurs vocabulaires techniques, souvent un par auteur, ce qui rend impossible, ou très difficile, le travail en commun (1).

Nous allons commencer par convenir du sens que nous donnerons à deux mots-clés de notre entretien, deux mots extrêmement fréquents dans le langage courant, dans la vie politique et dans le vocabulaire des sciences sociales : information et intégration.

Pour plus de sûreté, nous partirons de l'étymologie et du sens le plus commun, consacré par les dictionnaires.

1. INFORMATION

Informar, d'après LITTRE, c'est "donner une forme à l'esprit" : une forme, c'est-à-dire "l'ensemble des qualités d'un être", ce qui détermine sa manière d'être.

Un théoricien de la connaissance, Guy PALMADE, qui s'efforce, suivant le titre d'un de ses ouvrages, de rechercher les fondements

(1) Sens et usages du terme structure, MOUTON et Co., s-Cravenhage, 1962, p. 9.

de l'Unité des Sciences humaines, décrit la démarche de la connaissance par

" la mise en rapport des formes externes à l'organisme connaissant (ce sont, si l'on veut, en très gros, les choses) et des formes internes (en très gros également, les concepts ou les idées). Par un jeu d'aller et retour entre la prise de contact avec les formes externes (l'expérience) et la transformation interne (la réflexion) des formes internes informées à partir de ces expériences sur les formes externes, se développe un réajustement permanent des formes internes qui doivent rester (...) connexes et covariantes aux formes externes " (1).

Informar, s'informer c'est donc, au sens strict, s'efforcer d'établir une "relation avec", une correspondance de formes, une conformité, entre un univers perçu et l'esprit du sujet qui perçoit. C'est mettre en forme le réel en vue de le rendre communicable.

Cette théorie est générale. Elle s'applique à tout organisme évolutif (personne, machine ou organisation), capable d'auto-régulation ou de conduite :

" Puisque l'information "donne forme à ...", il faut bien que finalement elle s'adresse à un système auquel elle est donnée, car autrement elle ne serait pas information. Ce système ne recevra à son tour des informations que dans la mesure où il s'agira d'un système ayant des régulations, plus généralement des conduites (...). L'information est une co-variance qui permet à des régulations ou des conduites de se réaliser " (2).

(1) Raymond CARPENTIER, L'information et la personne. Cahiers de l'Institut de Science économique appliquée, Paris, n° 147, mars 1964, p. 23.

(2) Guy PALMADE, Préparation des décisions : l'étude des problèmes, novembre 1961. Texte communiqué par l'auteur.

Le plus souvent, le mot information sera employé dans le sens le plus courant de communication de "nouvelles", c'est-à-dire relation d'événements, de "faits socialement significatifs" (1). C'est ainsi que l'on parlera des informations à la radio, d'un journal d'information, d'une politique d'information, etc...

Ces réflexions sur la notion d'information nous permettent de souligner trois points particulièrement importants :

1°- La communication de nouvelles, c'est-à-dire l'information au sens courant, s'inscrit aisément dans une théorie générale de l'information.

Cette communication d'information peut être directe : je m'informe en vous regardant m'écouter et j'espère que vous vous informez en m'écoutant; je m'informerai mieux encore en écoutant vos questions et peut-être vos objections; je m'informe aussi en recueillant les rumeurs qui circulent dans la rue, ou dans les couloirs de l'Université, ou encore dans ce que l'on appelle, souvent par hyperbole, les "milieux bien informés".

Mais cette communication peut aussi être indirecte, médiatisée; elle peut s'opérer par les "mass media communications", appelées en français, suivant les auteurs, "moyens de communication de masses", "moyens d'information collective", "techniques de diffusion collective", ou encore "moyens de communication sociale". On entend par là, suivant l'une des multiples définitions, "les procédés par lesquels des groupes de spécialistes se servent d'inventions techniques (presse, radio, films, etc...), pour répandre un contenu symbolique dans un vaste public, hétérogène et géographiquement étendu" (2).

(1) Roger CLAUSSE, Les nouvelles, synthèse critique. Ed. de l'Institut de Sociologie de l'Université libre de Bruxelles, 1963, p. 24.

(2) Morris JANOWITZ et Robert SCHULZE. Tendances de la recherche dans le domaine des communications de masse. Communications Ed. du Seuil, Paris. N° 1, 1961, p. 16

2°- La recherche d'une théorie générale ne doit pas nous abuser. Guy PALMADE, par exemple, refusant de céder aux engouements de la mode, prend ses distances par rapport à la théorie cybernétique de l'information qui est "seulement applicable à l'intérieur d'un système clos dont tous les éléments capables de provoquer de l'information ont été exploités au préalable". Une telle théorie "permet à la rigueur d'expliquer la conduite d'un conducteur de locomotive qui parcourt pour la millième fois sa ligne familière et observe les signaux. Elle ne permet nullement de rendre compte de la démarche du savant qui fait progresser la science ou de celle du citoyen qui cherche à comprendre les destinées de son pays en vue d'y adapter sa conduite" (1).

C'est pourquoi les psycho-sociologues récusent aujourd'hui les analogies simplistes qui avaient cours naguère dans les sciences sociales et qui ramenaient le processus de la communication, notamment de la propagande, au schéma rendu célèbre, au début de ce siècle, par le physiologiste russe PAVLOV et son chien :

" L'homme, ou plutôt la personne humaine, être en communication avec ses semblables par la langue qui est le propre de son espèce, conscient de son être et d'autrui - que cette conscience soit claire ou obscure, juste ou fausse -, capable d'une quantité aujourd'hui non dénombrable d'élaborations mentales et affectives, est le siège de phénomènes interpersonnels dont le modèle sonnette - viande - salive risque toujours de donner une image déformée par une fausse simplicité" (2).

Ce serait donc s'exposer à de très graves erreurs et finalement restreindre la capacité de liberté de l'homme que d'accepter sans bénéfice d'inventaire des formules fréquemment répétées telles que "bourrage de crâne", "viol des consciences", "persuasion clandestine", etc...

(1) Raymond CARPENTIER, op. cit. p. 24.

(2) Raymond CARPENTIER, op. cit. p. 19.

Or, si la perméabilité à l'influence des propagandes est un objet fréquent de recherche et d'émotion, on n'a guère étudié, du moins jusque vers 1944, ces résistances, les processus de protection et de sélection qui, autant sinon plus que la perméabilité, constituent l'un des facteurs fondamentaux des phénomènes de communication (1).

" Par son mode de compréhension, son affectivité, ses préjugés et ses motivations, l'informé trie les informations qui sont lancées vers lui pour ne retenir que celles qui correspondent à ses besoins et aspirations. Ainsi l'informé, par ses défenses, par sa résistance à l'information, échappe-t-il de multiples manières à l'influence de l'informateur " (2).

3°- Enfin, et cette troisième remarque n'est que le corollaire de la précédente qui situait la communication informative dans son contexte social, les messages qui nous parviennent et que nous percevons ne sont pas isolés, ni discontinus, ni inattendus. Un effort d'éducation peut les rendre compatibles, cohérents, attendus, donc plus compréhensibles :

" Quand les faits sont complexes, surtout dans le domaine social ou politique par exemple, la connaissance directe est rendue difficile par l'insuffisance de la connaissance préalable que l'on a du fait. Car on ne peut bien comprendre que ce que l'on sait déjà en partie (...). La compréhension de certains problèmes ou de certains événements n'est possible que si l'on possède au préalable des connaissances qui permettent l'analyse de cet événement et les comparaisons avec d'autres problèmes ou d'autres événements " (3).

(1) Cf. P.F. LAZARSFELD, B. BERELSON, H. GAUDET. The people's choice, New York, 1944.

(2) Raymond CARPENTIER, op. cit. p. 9.

(3) Raymond CARPENTIER, op. cit. p. 8.

C'est dire que l'information - communication de nouvelles - et la formation (ou éducation) - acquisition de connaissances préalables en vue de mieux comprendre la signification des nouvelles - sont étroitement liées et constituent en réalité deux aspects d'une même intention, deux niveaux d'une même attitude, deux mouvements d'une même démarche.

+

+

+

Nous commençons à mieux comprendre ce qu'est l'information en tant que relation réciproque, dans une société donnée, entre informateurs et informés, en vue de transformer de l'inconnu en connu et de conformer des conduites à des problèmes et à des événements significatifs.

L'information joue un rôle capital dans toute société, et singulièrement l'information collective, l'information par les "mass media", dans les sociétés modernes que l'on appelle aussi "sociétés de masse".

La notion de "société de masse", peut-être en raison même de son succès, est, elle aussi, une notion assez vague qui a été contestée, notamment par le sociologue américain Edward SHILS. Ce que conteste SHILS, ce ne sont d'ailleurs pas tant les traits essentiels d'un certain type de société occidentale : " société occupant un territoire important, avec une densité de population élevée, concentrée surtout dans les villes et régions industrielles; société soumise à un pouvoir fortement centralisé dont l'action s'exerce pour une large part sur les masses par l'intermédiaire des moyens d'information à large diffusion dites mass media"; c'est plutôt l'image souvent péjorative et passéiste sous les traits de laquelle est présentée cette notion (1).

(1) Edward SHILS. Considérations théoriques sur la notion de "société de masse", revue Diogène, n° 39, 1962, p. 52.

SHILS met l'accent sur l'une des caractéristiques essentielles de nos sociétés contemporaines, par rapport aux sociétés traditionnelles :

" La nouveauté de ces sortes de sociétés consiste essentiellement en un rapport modifié entre la masse de la population et le noyau central de la société considérée. L'intégration des masses périphériques au centre y est plus complète : elles participent de façon plus étroite au fonctionnement des institutions et aux systèmes de valeur de la société " (1).

Cette notion d'intégration, SHILS la précise comme suit :

" Un agrégat quelconque d'individus réussissant à s'implanter et à survivre dans un territoire donné constitue une société dans la mesure où ces individus s'intègrent à un système dont les parties sont interdépendantes. Ces types de société que nous connaissons sont ceux où l'intégration est le fait non des liens du sang (famille, clan ou tribu), mais des liens qui naissent de l'exercice d'une autorité supérieure à laquelle chacun se soumet, et qui se manifeste sous les formes secondaires que revêt la société : structure politique, économique et sociale, statut juridique et organisation d'ordre culturel, qu'il s'agisse là encore d'institutions (éducatives ou religieuses), de croyances ou de normes. L'intégration peut se faire de deux façons, verticalement ou horizontalement. Une société est intégrée verticalement quand le pouvoir s'y exerce de haut en bas, que l'autorité y est hiérarchisée, et que chaque groupe y jouit d'un statut juridique et moral défini; elle est intégrée horizontalement grâce à l'unité des élites qui commandent dans les divers secteurs de la vie pratique, agissant comme des sous-traitants du corps social tout entier " (2).

(1) Edward SHILS, op. cit. p. 54. Souligné par nous.

(2) Edward SHILS, op. cit. p. 54.

Les sociétés traditionnelles avaient connu toutes, à certains moments, un certain degré d'intégration horizontale, mais leur intégration verticale était rarement très poussée; des villages, des domaines, des régions entières vivaient d'une existence plus ou moins autonome, ne se rattachant au pouvoir central que par le paiement de l'impôt, les prestations de main-d'oeuvre, l'observance de certains rites, la possibilité d'en appeler en dernier ressort, le cas échéant, à une justice éminente.

Au contraire, dans nos sociétés modernes, l'action gouvernementale est à la fois plus continue et plus efficace, grâce à une législation de portée générale, grâce à une administration omniprésente, grâce enfin à l'enseignement public obligatoire et un plus libre accès de tous aux produits de la culture : livres, périodiques, disques, programmes de radio et de télévision, etc...

Cette intégration verticale, qui est plus ou moins poussée selon les types de société - et il faudrait ici opposer les régimes pluralistes et les régimes totalitaires - n'est pas seulement le fait du pouvoir central, utilisant à son profit tous les facteurs que nous avons énumérés; elle a rendu possible et renforce de plus en plus, dans les sociétés pluralistes et même dans les sociétés totalitaires en évolution, "un consensus fondamental très large, qui englobe dans une même fraternité humaine tous ceux qui vivent sur ce territoire et manifestent par leur présence la légitimité de l'ordre social et des autorités qui veillent à la défense de cet ordre sur le territoire" (1).

L'ordre social nouveau qui s'institue dans cette société de masse n'est certes pas exempt de compétitions et de conflits entre les organisations qui le composent. Mais ce qui caractérise cette société, en dépit de tous ses conflits, c'est justement "l'établissement d'institutions dont la légitimité se fonde

(1) Edward SHILS, op. cit., p. 59. Souligné par nous.

sur l'assentiment général et qui imposent une limite à la violence des conflits en leur fixant un cadre et une contrainte" (1).

Le rôle de l'information, déjà important dans les sociétés traditionnelles, est capital dans l'établissement de ce consensus sur lequel se fonde l'intégration de nos sociétés contemporaines, qu'il s'agisse de sociétés nationales déjà constituées en communautés politiques, de jeunes nations qui accèdent à l'indépendance ou de la société européenne qui se crée sous nos yeux.

2. INTEGRATION

Le terme d'intégration est un assez nouveau venu dans le vocabulaire des sciences sociales qui, avec SPENCER, semble-t-il, l'empruntèrent aux mathématiques et à la biologie. LALANDE, dans son Vocabulaire technique et critique de la Philosophie, après avoir défini l'intégration comme "l'établissement d'une interdépendance plus étroite entre les parties d'un être vivant ou entre les membres d'une société", reproche à ce mot son sens très vague et ses références à un "idéal organiciste et totalitaire" (2). François PERROUX lui reconnaît "un bon rang (...) dans la hiérarchie des mots obscurs et sans beauté" (3). Le Général de GAULLE n'a que sarcasme pour "cette Europe intégrée", que DANTE, GOETHE, CHATEAUBRIAND n'auraient pas beaucoup servie "s'ils avaient été apatrides et s'ils avaient pensé et écrit en quelque esperanto ou volapuk intégrés" (4).

Et cependant, si l'emploi du mot est aussi fréquent, dans les disciplines les plus diverses, c'est qu'il n'est pas inutile et que, s'il peut conduire à des confusions, il peut aussi contribuer à enrichir l'interprétation des phénomènes. Les psychanalistes, par exemple, définiront l'intégration du moi comme la réduction des tensions et la résolutions des conflits (5).

(1) Edward SHILS, op. cit., p. 60.

(2) Presses Universitaires de France, 8e édition, 1960, p. 521.

(3) L'Europe sans rivages. Presses Universitaires de France, 1954, p. 419.

(4) Conférence de presse du 25 mars 1959.

(5) Cf. Daniel LAGACHE. La psychanalyse, Presses Universitaires de France, 1962, pp. 42 à 58.

La microsociologie contemporaine, de son côté, a contribué à préciser le sens du concept d'intégration, certains auteurs, comme MORENO, s'attachant aux relations interpersonnelles, tandis que d'autres soulignent l'importance des "motivations" individuelles, et que d'autres encore étudient les rapports entre la forme d'organisation du groupe et sa cohésion, entre son unité et la nature des tâches qui s'y pratiquent (1).

SHILS, nous l'avons vu, fait de la notion d'intégration horizontale et verticale un usage qui nous a paru fécond pour l'étude de la société contemporaine par opposition à la société traditionnelle.

Maurice DUVERGER, dans son Introduction à la politique, consacre toute une partie à la théorie de l'intégration, aux techniques de l'intégration, aux facteurs d'intégration, en définissant ce terme comme "le processus d'unification d'une société, qui tend à en faire une cité harmonieuse, basée sur un ordre ressenti comme tel par ses membres " (2).

Sous quelque aspect et en quelque emploi que nous prenions ce mot d'intégration, dans l'usage des sciences sociales, nous retrouvons toujours la même idée d'unification, de constitution d'un ensemble perceptible de l'extérieur comme une unité, formé d'éléments distincts, mais cohérents, interdépendants, capables de surmonter leurs tendances à la dissociation et prenant conscience des intérêts, des normes, des croyances qu'ils ont en commun.

Les confusions qui se sont créées autour du mot ne viennent pas tant de cette signification essentielle que des multiples sens dans lequel il est employé, pour évoquer tantôt un idéal ou un objectif à atteindre, tantôt un état ou un niveau atteint, tantôt un processus d'évolution (3).

(1) Cf. François BOURRICAUD, Science politique et Sociologie. Revue française de Science politique, Paris, Vol. VIII, n° 2, juin 1958.

(2) Gallimard, Collection "Idées", Paris, 1964, p. 275

(3) Cf. S. DJANSKI, Dimensions européennes de la science politique. Librairie générale de Droit et de Jurisprudence, Paris, 1963, p. 17.

C'est ce dernier sens que nous retiendrons, qu'il s'agisse d'intégration sociale, c'est-à-dire de la formation et du développement d'un groupe ou d'une société, ou d'intégration politique, c'est-à-dire de la formation et du développement d'un certain type de société dont les membres acceptent au moins implicitement, non seulement les institutions, normes et croyances essentielles, mais l'appareil coercitif usant si nécessaire de la contrainte physique.

S'agissant de l'Europe, c'est-à-dire d'un ensemble de nations elles-mêmes constituées en communautés politiques autonomes, son intégration sociale et politique - car l'on ne voit pas bien comment celle-là pourrait être réalisée sans celle-ci - exige la formation d'un consensus.

Qu'est-ce à dire ?

3. CONSENSUS

L'Europe existe comme entité géographique. A ce titre, elle est objet de connaissance objective et déjà d'évaluation affective selon qu'on la considère, par exemple, "de l'Atlantique à l'Oural" ou qu'on y voit, comme VALERY, "une sorte de cap du vieux continent, un appendice occidental de l'Asie".

L'Europe existe en tant que culture, c'est-à-dire comme mode de vie ou plus exactement comme "système de projets de vie" (1). Rappelons nous la phrase célèbre de Paul VALERY : "Partout où les noms de César, de Gaius, de Trajan, de Virgile, partout où les noms de Moïse et de Saint Paul, partout où les noms d'Aristote, de Platon et d'Euclide ont eu une signification et une autorité simultanées, là est l'Europe" (2).

(1) "Patterns, explicit and implicit, of and for behavior". Clyde KLUCKHOHN. Culture and Behavior. The Free Press of Glencoe, 1962.

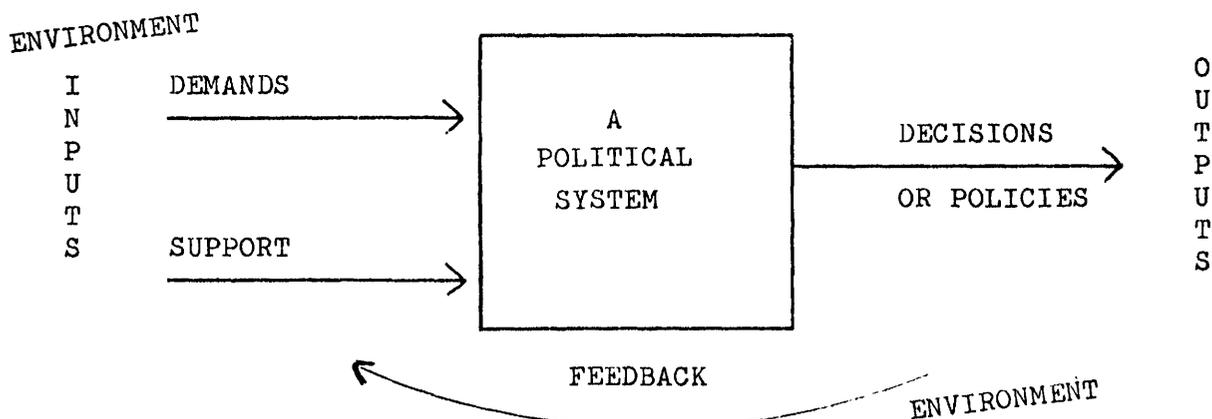
(2) Caractères de l'esprit européen. Revue universelle, 15 juillet 1924.

L'Europe, en tant que communauté politique, n'existe pas encore, mais commence à apparaître, à la fois comme réalité objective, dans les relations économiques, sociales et politiques des Etats et des peuples qui ont fondé, naguère, ce qu'ils ont appelé significativement "la Communauté européenne", et comme projet, c'est-à-dire comme représentation d'un objectif à atteindre, ou au moins d'un cadre commun d'anticipations. Dans des limites géographiques que l'on peut juger trop étroites, avec un rythme d'évolution que l'on peut juger trop rapide ou trop lent, suivant des modalités que l'on peut juger contestables, en dépit de difficultés, de résistances et de réticences que personne ne songe à nier, un système politique européen est en formation.

La notion de système est l'un des concepts de base de l'analyse scientifique moderne. En sociologie et en science politique, on entend par là un ensemble de variables interdépendantes investies d'une fonction déterminée.

La fonction d'un système politique est de produire des décisions obligatoires et sanctionnées dans le but de maintenir l'unité et la cohésion d'une société. Pour reprendre l'analyse de David EASTON, un système politique transforme des "inputs", c'est-à-dire des demandes et des soutiens provenant de ses membres, en "outputs", c'est-à-dire en décisions et en politiques (1).

(1) David EASTON. An approach to the analysis of political systems. World Politics, vol. IX, n° 3, 1957. Dans cette étude, EASTON propose le schéma ci-dessous :



Les variables du système politique ont fait récemment l'objet d'une analyse rigoureuse de la part de Stéphane BERNARD, comme introduction méthodologique à l'étude du passage d'un pays colonisé, le Maroc, du statut de "protectorat" à l'indépendance (1).

Sans discuter ici le schéma de BERNARD, nous reprendrons pour l'étude du système politique européen en formation, les relations qu'il relève entre trois niveaux de facteurs socio-politiques :

- la situation, c'est-à-dire l'ensemble des relations vécues entre les membres des groupes sociaux, à l'intérieur d'une société globale elle-même caractérisée par un milieu naturel et des techniques de production;
- les attitudes adoptées par ces groupes à l'égard du pouvoir, notamment le couple consensus-opposition, et les idéologies c'est-à-dire des conceptions (idées, représentations, croyances) que les groupes se font de leur situation dans le but de justifier leurs attitudes;
- l'autorité politique, les dirigeants qui prennent les décisions et qui, éventuellement par l'usage de la force (police, armée), sont capables de se faire obéir.

Tous ces facteurs sont interdépendants, mais le système politique est construit sur deux relations principales : celle qui lie les attitudes politiques des gouvernés aux situations collectives qui les conditionnent (niveau de vie, appartenance à une classe sociale, religion, particularités régionales, traditions historiques, etc...) et celle qui lie la capacité de décision et de force des dirigeants aux attitudes politiques (consensus et opposition) des gouvernés.

(1) Le conflit franco-marocain, 1943-1956. L'Institut de Sociologie de l'Université libre de Bruxelles, 1963. Voir notamment l'introduction au tome II.

Compte rendu critique de J.B. DUROSELLE in Revue française de Science politique, vol. XIV, n° 4, août 1964, pp. 755-760.

Le consensus et son contraire l'opposition apparaissent finalement comme les notions fondamentales de l'analyse et les facteurs principaux de fonctionnement du système politique, compte tenu de ce que ces deux variables procèdent l'une de l'autre par voie de continuité, les gouvernés n'étant rarement tout à fait consentants ou tout à fait opposants.

C'est ce que montre Stéphane BERNARD en étudiant les relations entre autorité-force gouvernante-consensus (ou opposition).

L'autorité politique est fonction du consensus des gouvernés (I) et de la force gouvernante (II) c'est-à-dire de l'obéissance de groupes spécialisés (police, armée).

Mais la force gouvernante est, à son tour, fonction du consensus de ces groupes spécialisés qui la mettent en oeuvre, et de celui des gouvernés auxquels elle s'applique et parmi lesquels les agents de l'autorité se recrutent (III). Elle est aussi fonction de l'autorité des dirigeants (IV).

Le consensus des gouvernés et des agents de l'autorité est, à l'inverse, fonction de la force, qui, dans certaines limites neutralise l'opposition et valorise les dispositions à consentir (V).

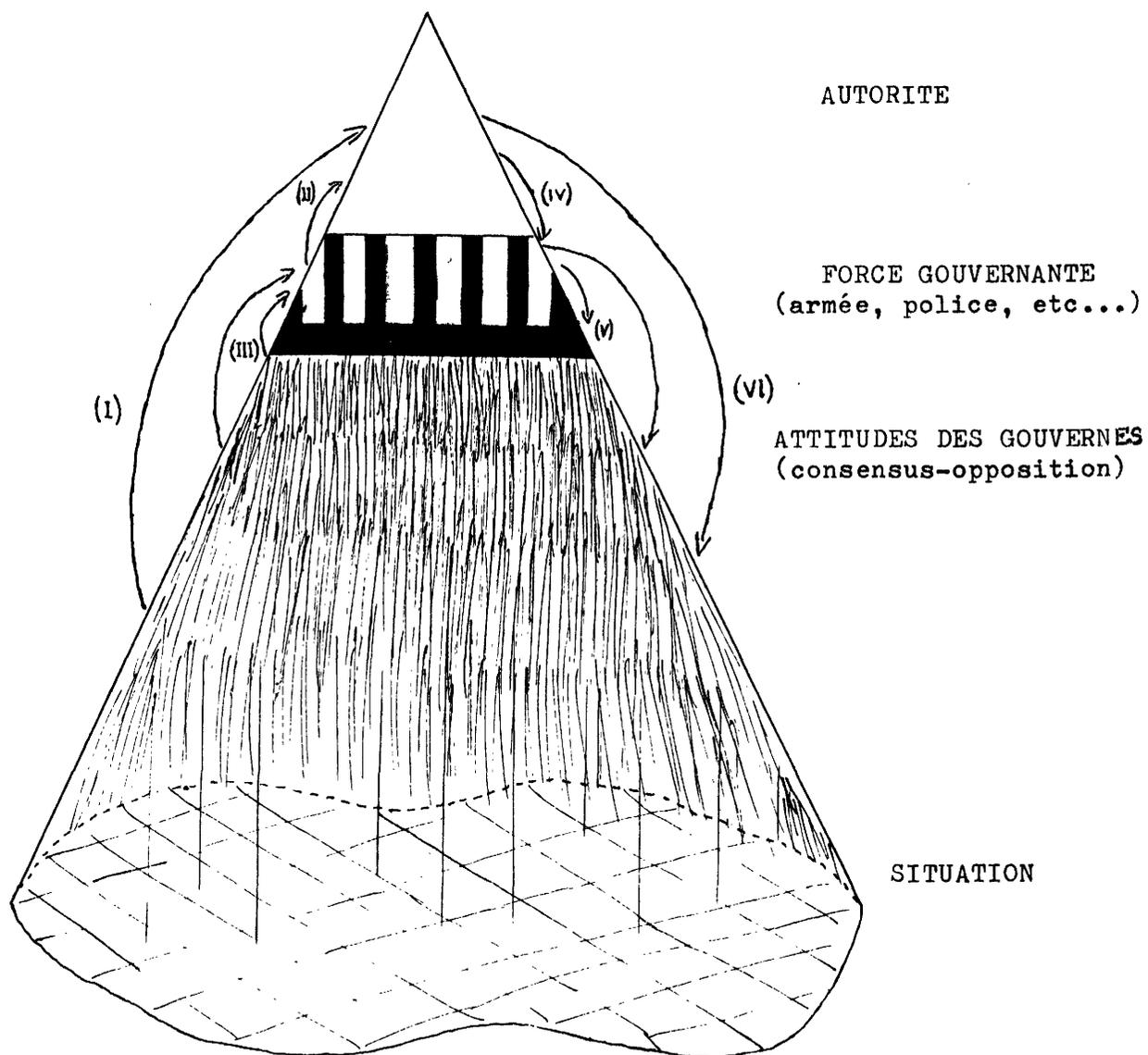
A force constante, enfin, le consensus social est fonction de l'autorité politique, c'est-à-dire que, sans faire intervenir la police ni l'armée, les gouvernants ne sont pas sans moyens pour agir sur les attitudes des gouvernés (VI) : "l'information, la propagande, la rectification indirecte des attitudes sociales par la manipulation des normes juridiques qui les conditionnent sont les principaux moyens de cette action" (1).

Indépendamment de ces trois couples de relations entre autorité, force et consensus, l'autorité dépend encore de ce que l'on peut appeler la structure d'autorité du régime, c'est-à-dire de son aptitude, d'une part, à maximiser le consentement

(1) Stéphane BERNARD, op. cit., pp 44 et 45.

AUTORITE, FORCE GOUVERNANTE, CONSENSUS

(d'après l'analyse de Stéphane BERNARD)



et à minimiser l'opposition des divers groupes, et d'autre part à assurer aux dirigeants un potentiel de force plus que proportionnel à l'accroissement d'autorité qu'ils ont pu se ménager par la manipulation du consentement.

Mais il existe un point en deçà duquel une baisse massive du consensus ne peut plus être compensée par la force. "La subordination relative de la force aux attitudes sociales, le fait que la force dépend plus du consensus que le consensus ne dépend d'elle est une des clés de la science politique" (1).

Comment cette analyse peut-elle s'appliquer au système politique européen en formation ?

La situation des six pays de la Communauté européenne est caractérisée par une relative homogénéité des conditions naturelles et des techniques de production. Les écarts de climat n'y sont pas considérables, ni les différences entre les niveaux de développement technique, ou du moins ne sont pas plus marqués, d'un pays à l'autre, qu'à l'intérieur de tel ou tel des pays membres. Les voies de communications y sont aisées et leur réseau est dense. Les échanges intracommunautaires de marchandises représentent, pour chaque pays et pour l'ensemble, quelque 40 % du commerce total avec le monde.

Les attitudes devant la vie, façonnées par une longue histoire d'échanges culturels, de coopération et de conflits, y sont semblables : "le nombre des notions et des manières de penser qui leur sont communes est bien plus grand que le nombre des notions que nous avons de communes avec un Arabe ou un Chinois..." (2). De même les habitudes culinaires, la conception du mariage et de la famille, les systèmes d'éducation, les idéologies, les croyances religieuses, etc...

(1) Stéphane BERNARD, op. cit., p. 47.

(2) Paul VALERY, op. cit.

Et cependant, malgré les efforts d'intégration économico-sociale entrepris depuis une quinzaine d'années, qui déjà donnent à l'Européen, au "citoyen" de la Communauté européenne, un début de statut juridique (1), l'autorité politique demeure nationale dans son origine, son exercice, ses moyens d'exécution, ses symboles, et, dans les représentations collectives qu'elle suscite.

Certes, le Président HALLSTEIN n'a pas tort de souligner que "l'intégration économique est un phénomène politique" et "un phénomène de dynamisme politique"(2), mais le Général de GAULLE ne déforme pas la réalité en disant qu'actuellement "il n'y a que les Etats qui soient valables, légitimes et, en outre, capables de réaliser" (3).

Ce qui manque à l'Europe, pour pouvoir constituer une communauté politique, c'est un consensus des Européens, c'est la conscience des limitations de toute nature que leur impose l'existence de pouvoirs politiques nationaux distincts, concurrents, même lorsqu'ils sont associés, qui se conçoivent comme souverains et qui, même impuissants en fait dans toute une série de domaines, s'affirment comme légitimes et le sont effectivement tant qu'ils ne sont pas contestés.

Dans l'interaction du pouvoir et de la société, c'est la société qui l'emporte le plus souvent, mais à plus ou moins long terme. Il s'agit précisément de savoir si nos sociétés politiques nationales, faute d'avoir su se fédérer à temps, existeront encore au bout de ce long terme, lorsque, pour reprendre le mot de KEYNES, nous serons tous morts.

(1) Pierre DUCLOS, L'Européen : exploration d'une catégorie juridique naissante. Revue générale de Droit international public, avril-juin 1961, Paris.

(2) W. HALLSTEIN, L'intégration économique comme facteur d'union politique. 28 juin 1961. Service des Publications des Communautés Européennes.

(3) Ch. de GAULLE, conférence de presse du 15 mai 1962.

Dans l'immédiat, le problème est de savoir si les dirigeants politiques de nos nations, ou ceux qui leur succéderont demain, contrarieront ou favoriseront la formation du consensus européen, qui tendra à leur retirer une partie décisive de leur pouvoir, et surtout des illusions qu'ils partagent et entretiennent quant à l'efficacité durable de ce pouvoir.

Certaines expériences historiques de décolonisation à froid laissent à penser qu'une conversion n'est pas impossible, mais celane va jamais, au niveau du pouvoir, sans réticences ni résistances. Les souverainetés ne connaissent pas de mort douce.

L'une des armes majeures des autorités politiques nationales, aussi démocratiques qu'elles soient et libérales qu'elles se prétendent, est le contrôle de l'apprentissage social de la vie politique et notamment l'utilisation des moyens d'information collective. Au minimum, elles sélectionnent les nouvelles et en contrôlent les modes de diffusion, ou encore attribuent certains monopoles à des groupes proches du pouvoir. Les résultats de l'activité gouvernementale et les bienfaits du régime, plus généralement les messages qui contribuent à illustrer la nation, sont présentés d'une façon avantageuse, sans même qu'il s'agisse, du moins à l'intérieur des frontières nationales, de "propagande", au sens traditionnel et péjoratif du mot (1).

Quand bien même ces autorités politiques nationales accepteraient de renoncer à toute intervention en ce domaine, ce qui relève de l'utopie, car tout pouvoir est non seulement contrainte, mais influence, quand bien même elles harmoniseraient ou unifieraient leurs politiques d'information, elles n'en rencontreraient pas moins comme obstacle les idéologies nationales et ces systèmes complexes de représentations collectives, de pensées, d'images, de modèles et de symboles que Jean GOTTMANN appelle des "iconographies".

(1) Cf. Pierre DUCLOS, La politification : trois exposés. Politique, revue internationale des doctrines et des institutions, Paris, n° 14, avril-juin 1961, pp. 40 à 53.

Les frontières douanières, fiscales, monétaires, politiques même auront déjà disparu que subsisteront encore entre nos peuples des limites d'"iso-icographies". Et sans doute est-il préférable, plutôt que de les faire disparaître sans précaution, d'autant qu'elles sont liées au langage, c'est-à-dire à l'expression de la personnalité profonde, de les percer de multiples canaux de communication et d'éliminer, par l'information et l'éducation, ce qu'il y a d'incompatible ou d'agressif dans les attitudes collectives des hommes, d'un pays à l'autre.

+

+

+

Actuellement, on ne peut pas dire que les autorités politiques nationales fassent grand chose pour favoriser directement la formation d'un consensus européen. L'évolution des structures économiques et des comportements des producteurs avance rapidement dans le sens de l'intégration européenne; les normes juridiques suivent ou précèdent de près, suivant les cas, les pratiques de l'économie; l'Université elle-même donne au phénomène, en en faisant objet de recherche, d'enseignement et d'examen, une sorte de légitimité d'une très grande importance. Les attitudes des populations, ainsi que nous le verrons plus loin, sont loin d'être défavorables, sans que l'on puisse parler d'une conscience politique, d'un consensus suscitant l'intérêt actif et la participation des citoyens. Les grandes idéologies politiques, avec des nuances de pays à pays, semblent limiter leurs ambitions présentes à justifier des attitudes qui correspondaient à la situation du siècle dernier. Les symboles et les rites sociaux restent profondément nationaux, voire nationalistes.

La sagesse, pour les autorités politiques nationales, serait-elle, dans ces conditions, comme l'expriment parfois certains de leurs porte-parole, d'attendre des temps meilleurs, d'escompter un lent mûrissement des esprits, pour adapter l'ensemble du système politique au système économique-social ?

" Nous sommes convaincus, disait naguère le Président du Conseil français, M. POMPIDOU, que si la coopération européenne qui s'est instaurée depuis un certain nombre d'années déjà se poursuit, elle aboutira sans doute un jour à une Europe unie, peut-être intégrée, en somme à une fédération européenne. Mais nous sommes bien obligés de constater qu'à la date d'aujourd'hui les éléments de cette fédération ne sont pas réunis. Autrement dit, il n'y a pas un rapprochement suffisant entre les intérêts et les désirs de chacun des peuples pour que l'on puisse s'imaginer qu'une autorité supérieure à eux tous puisse leur imposer ses décisions dans les matières essentielles." (1)

Sans doute. Un jour. Peut-être. Ces trois expressions dubitatives sont au centre du problème politique devant lequel nous nous trouvons. Qu'est la sagesse politique ? L'alternative est-elle donc inexorablement "attendre" ou "brusquer" ? Le choix est-il entre défaire les nations ou rejeter le projet de communauté politique européenne aux horizons de l'histoire ?

Comme aucun concept n'est plus flou, dans l'instant, que celui de sagesse politique, on peut en discuter longtemps, comme discutaient les théologiens de BYZANCE du sexe des anges ou les socialistes pré-marxistes de la société idéale.

Peut-être vaudrait-il mieux continuer à avancer pas à pas en favorisant la formation d'un consensus européen, d'une conscience politique européenne, par des techniques d'information, d'éducation et de consultation populaire, en renforçant ce consensus à chaque étape par l'effet même des progrès accomplis, par la stimulation des difficultés rencontrées et des nouveaux progrès à accomplir, en un mot par une méthode vraiment démocratique d'invention politique, qui consisterait tout à la fois à proposer un but historique et des objectifs échelonnés dans

(1) Journal officiel de la République française, Débats de l'Assemblée nationale, 13 juin 1963.

le temps, et une fois ceux-ci acceptés, à tout mettre en oeuvre pour les atteindre (1).

Cette invention politique peut être l'oeuvre des autorités politiques nationales qui, en 1950, ont accepté de donner au processus d'intégration européenne son impulsion initiale et qui en contrôlent dans une large mesure le rythme. Elle peut être également l'oeuvre des institutions européennes elles-mêmes, dans l'exercice de leur fonction d'initiative et de leur capacité d'influence. Elle doit être aussi celle des citoyens actifs, dans tous les groupes sociaux et tout particulièrement dans les groupes à vocation éducative, civique ou politique.

+

+

+

Il n'entre pas dans notre propos d'examiner ici le grand dessein européen, ni les objectifs prochains de la construction européenne, non plus que de proposer une stratégie politique.

Nous voudrions nous borner à traiter d'un problème qui nous est plus familier et dont nous avons souligné l'importance : le rôle d'une politique européenne d'information dans la formation d'une conscience politique européenne, c'est-à-dire comme facteur d'intégration de l'Europe.

(1) Sur la notion d'invention politique, voir Paul REUTER. Unification européenne et invention politique. Institut Universitaire d'Etudes européennes, Turin 1961.

Sur l'importance du but, du projet politique, voir notamment l'étude de Stanley HOFFMANN Europe's Identity Crisis : Between the Past and America, publiée dans le numéro d'automne 1964 de la revue Daedalus, Cambridge (U.S.A.) et reprise en français par Esprit, novembre et décembre 1964, sous le titre Le Silence de l'Europe.

Mais auparavant nous allons essayer, en laissant de côté les problèmes d'enseignement, pour importants qu'ils soient (1), de prendre une vue d'ensemble des moyens d'information collective dans les pays de la Communauté européenne (1).

(1) "Il n'y a pas encore de système scolaire dont l'objectif soit la fusion pan-européenne". Stanley HOFFMANN, Le Silence de l'Europe, op. cit. p. 748

Deuxième partie

LES MOYENS D'INFORMATION COLLECTIVE

DANS LES PAYS DE LA COMMUNAUTE EUROPEENNE

1. LES DISPONIBILITES EN MOYENS D'INFORMATION

L'UNESCO publie périodiquement des renseignements statistiques sur la diffusion de l'information dans le monde, ou plus exactement sur la répartition des moyens de diffusion de l'information : tirage des quotidiens et autres périodiques, équipement en postes récepteurs de radio et de télévision, fréquentation des salles de cinéma, etc...

La dernière de ces publications remonte au moins d'avril 1964 et porte sur des renseignements datant aux-mêmes de 1960 à 1962. Certaines données plus récentes ont été publiées par la Fédération internationale des Editeurs de Journaux (F.I.E.J.). Nous utiliserons ces deux sources (1).

A l'échelle mondiale, la première constatation que l'on peut faire est celle des grandes différences qui existent entre les nations en ce qui concerne la répartition des moyens d'information : 70 % de la population mondiale, vivant dans plus de cent pays d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine sont encore très insuffisamment équipés. C'est ainsi, par exemple, que mille habitants de Grande-Bretagne disposent d'environ 500 exemplaires de journaux chaque jour, soit un pour deux habitants, tandis que mille Africains n'ont qu'à peine plus de dix exemplaires, soit cinquante fois moins. Autre exemple : l'Afrique et l'Asie n'ont, en moyenne pas plus de 20 récepteurs de radio pour mille habitants, contre plus de 200 en Union soviétique et près de 1 000 aux Etats-Unis.

(1) World Communications, UNESCO 1964.

Bulletin d'information de la F.I.E.J., n° 59, janvier 1964.

En ce qui concerne le cinéma, c'est l'U.R.S.S. qui détient le record mondial pour la fréquentation des salles.

La deuxième constatation est que, dans le monde entier, le taux de développement des moyens d'information collective, à l'exception de celui de la presse quotidienne, est plus élevé que celui de la population. Depuis dix ans, pour une augmentation de 26 % de la population, le nombre des récepteurs de télévision a triplé, tandis que le tirage des journaux n'a augmenté que de 20 %.

Comment se situent, dans cette évolution, les pays de la Communauté européenne ?

1°- Tirage des quotidiens

Pour le tirage des quotidiens d'information générale, l'ensemble des pays de la Communauté se situe, en moyenne, à mi-chemin du niveau atteint par le Royaume-Uni, qui est le plus gros consommateurs de journaux, avec 234 exemplaires imprimés chaque jour pour mille habitants, contre 506 (1).

Cette moyenne communautaire recouvre d'ailleurs de très grands écarts : le Luxembourg et l'Allemagne fédérale viennent en tête, suivis des Pays-Bas, de la Belgique, de la France et, loin derrière, de l'Italie.

Pour autant que ces moyennes nationales aient un sens, on note donc que, dans cinq pays de la Communauté, le tirage des quotidiens rapporté au nombre des habitants, tout en étant sensiblement inférieur à celui du Royaume-Uni, est légèrement supérieur à celui des Etats-Unis d'Amérique, tandis qu'en Italie le taux est du même ordre de grandeur que celui de la Grèce. Encore faudrait-il pouvoir distinguer entre l'Italie du Nord et l'Italie centrale, d'une part, et l'Italie méridionale, d'autre part; d'après des renseignements

(1) Source : World Communications.

remontant à quelques années, le tirage des journaux pour mille habitants doit être, dans le Nord et le Centre, supérieur d'environ 50 % à la moyenne nationale, tandis que, dans les régions méridionales et insulaires, il n'atteint que le quart ou le tiers de cette moyenne (1).

Comment ces tirages de quotidiens rapportés au nombre d'habitants évoluent-ils dans le temps ? De 1950 à 1963, le taux moyen, pour l'ensemble de la Communauté, a augmenté d'environ 12 %, soit autant qu'aux Etats-Unis. Mais cet accroissement global recouvre deux types d'évolutions opposés : augmentation en Italie (+ 50 %) et en Allemagne (+ 20 %); légère diminution en France et en Belgique (2).

2°- Récepteurs de radio

Le taux moyen des pays de la Communauté (255 par mille habitants en 1960-62) est légèrement inférieur à celui du Royaume-Uni, mais n'atteint que le quart du taux américain (3).

Ici encore, nous constatons une certaine dispersion entre les pays, avec toutefois un décalage moins grand que pour la presse quotidienne (4).

(1) Cf. Ignazio WEISS. Politica dell'informazione. Ed. di Comunità, Milano, 1961, p. 48.

(2) Source : Bulletin d'information de la F.I.E.J.

(3) Source : World Communications

(4) A dire vrai, ces statistiques portant sur les récepteurs de radio n'ont pas grande valeur, en raison du nombre de postes non déclarés, notamment de postes portatifs, et du fait que plusieurs pays délivrent une seule licence pour les récepteurs de radio et de télévision (ou pour l'ensemble des récepteurs radio) détenus par une même famille.

L'évolution, de 1950 à 1963, montre une augmentation rapide dans tous les pays de la Communauté, de l'ordre du simple au double, mais l'écart par rapport au taux américain doit être maintenant de un à cinq (1).

3°- Récepteurs de télévision

Le taux moyen des pays de la Communauté était de 100 postes pour mille habitants vers 1960-1962, soit moitié moins qu'au Royaume-Uni et le tiers du taux américain (2). Il doit atteindre aujourd'hui 130 pour mille environ, mais, tandis que la progression a ralenti au Royaume-Uni, les Etats-Unis ont dépassé 500 pour mille en 1964.

L'Allemagne fédérale vient en tête, suivie par les Pays-Bas et la Belgique, la France, l'Italie et, loin derrière, le Luxembourg.

Dans tous les pays, la progression est très rapide : doublement en trois ans, sauf en Allemagne, du début de 1961 au début de 1964 (3).

4°- Fréquentation des salles de cinéma

Le taux de fréquentation moyen de l'ensemble des pays de la Communauté est compris entre celui des Etats-Unis et celui du Royaume-Uni, largement inférieur à celui de l'Union soviétique. L'Italie et le Luxembourg viennent en tête, suivis par l'Allemagne, la Belgique et la France; les Pays-Bas ont le taux le plus faible.

On notera, sans surprise, que les pays où le taux de fréquentation des salles de cinéma est encore relativement élevé

(1) Source : Bulletin d'information de la F.I.E.J.

(2) Source : World Communications.

(3) Source : Office statistique des Communautés européennes.

(Italie, Luxembourg) sont ceux où le taux d'équipement en récepteurs de télévision est encore relativement bas.

Dans tous les pays de la Communauté, la baisse du taux de fréquentation des salles est continue depuis huit ou dix ans.

5°- Tentative de calcul d'un indice global

Il est tentant d'établir un indice composé de ces différents moyens d'information. Certains auteurs n'ont pas hésité à le faire, en additionnant, pour chaque pays, le taux de tirage des quotidiens, les taux d'équipement en récepteurs de radio et de télévision, et même le taux de fréquentation des salles de cinéma.

L'interprétation des résultats doit évidemment rester très prudente, en raison de l'hétérogénéité des éléments composants, dont certains correspondent à une consommation (de spectacles ou de nouvelles, quotidienne ou hebdomadaire) et d'autres à un équipement (individuel ou familial, utilisé ou non). D'autre part, il ne saurait être question de pondérer ces taux sans arbitraire : comment comparer, par exemple, l'équipement d'une population en postes récepteurs et le tirage des journaux ?

Faisant abstraction de toutes ces difficultés, nous avons établi le tableau suivant qui donne, pour les six pays de la Communauté d'une part, pour deux pays associés (la Grèce et la Turquie) d'autre part, et enfin pour trois grands pays industrialisés (Royaume-Uni, Etats-Unis et Union soviétique) le détail des renseignements tirés de la publication précitée de l'UNESCO.

MOYENS D'INFORMATION COLLECTIVE POUR MILLE HABITANTS

VERS 1960 - 1962 (1)

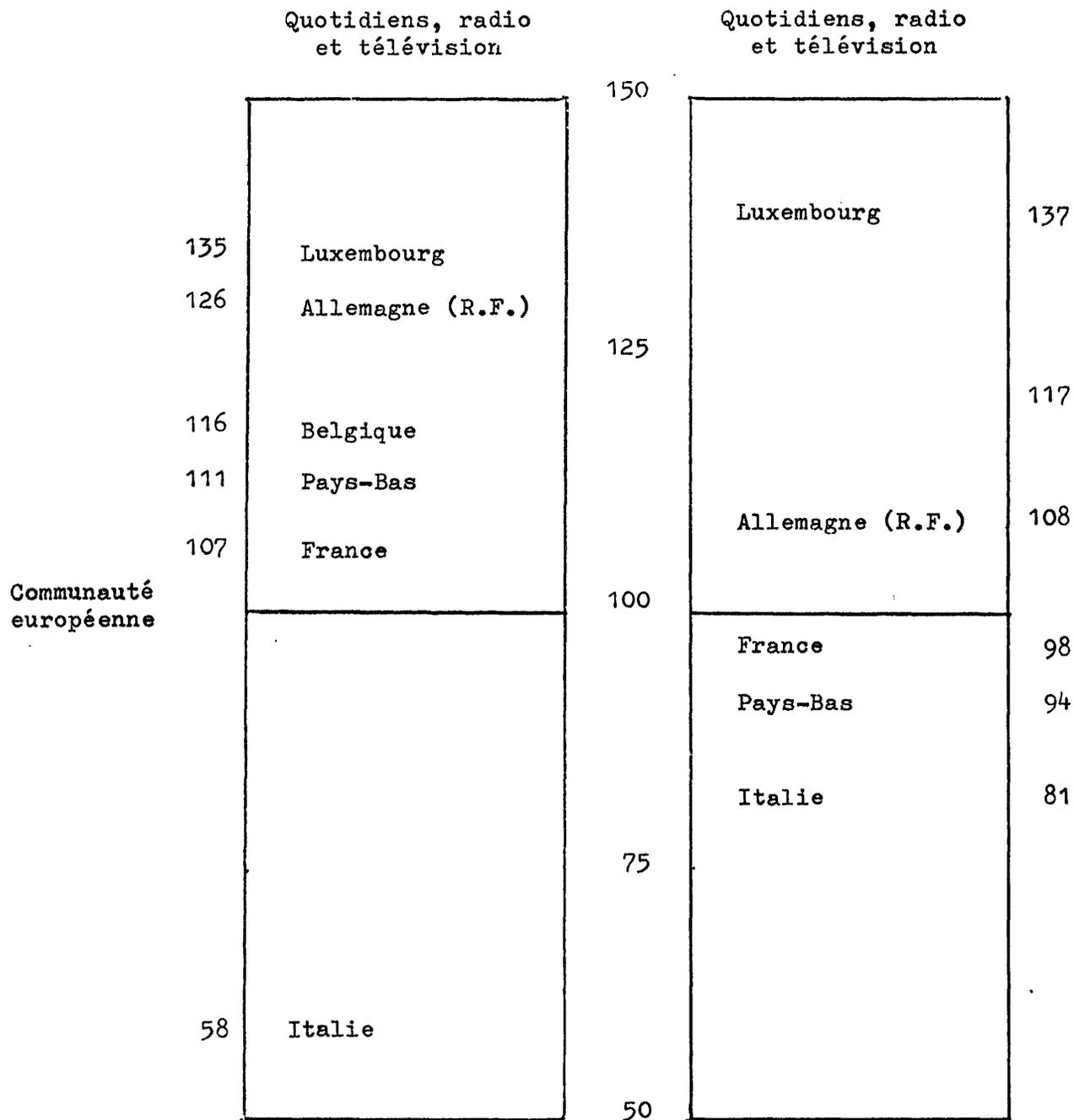
	Tirage des quotidiens (a)	Récepteurs de radio (b)	Récepteurs de télévi- sion (c)	Total (a+b+c)	Fréquentation hebdom. des cinémas (d)	Total général (a+b+c+d)
Allemagne (R.F.)	307	296	139	742	177	919
Belgique	285	289	109	683	167	850
France	270	285	75	630	144	774
Italie	101	174	70	345	290	635
Luxembourg	445	321	32	798	275	1 073
Pays-Bas	278	264	114	656	85	741
<u>Communauté européenne</u>	<u>234</u>	<u>255</u>	<u>101</u>	<u>590</u>	<u>196</u>	<u>786</u>
Grèce	125	103	-	228	121	349
Turquie	45	54	-	99	21	120
Royaume-Uni	506	293	238	1 037	167	1 207
Etats-Unis	326	1 000	332	1 658	231	1 889
Union- Soviétique	181	205	32	418	340	758

(1) D'après World Communications. UNESCO 1964.

Pour les six pays de la Communauté, nous avons établi deux séries d'indices, en prenant pour base la moyenne communautaire (pondérée d'après la population de chaque pays) des taux nationaux de disponibilités en moyens d'information collective : quotidiens, radio et télévision, non compris le cinéma, d'une part, y compris le cinéma, d'autre part.

DISPONIBILITES EN MOYENS D'INFORMATION COLLECTIVE
DANS LES PAYS DE LA COMMUNAUTE EUROPEENNE
VERS 1960 - 1962

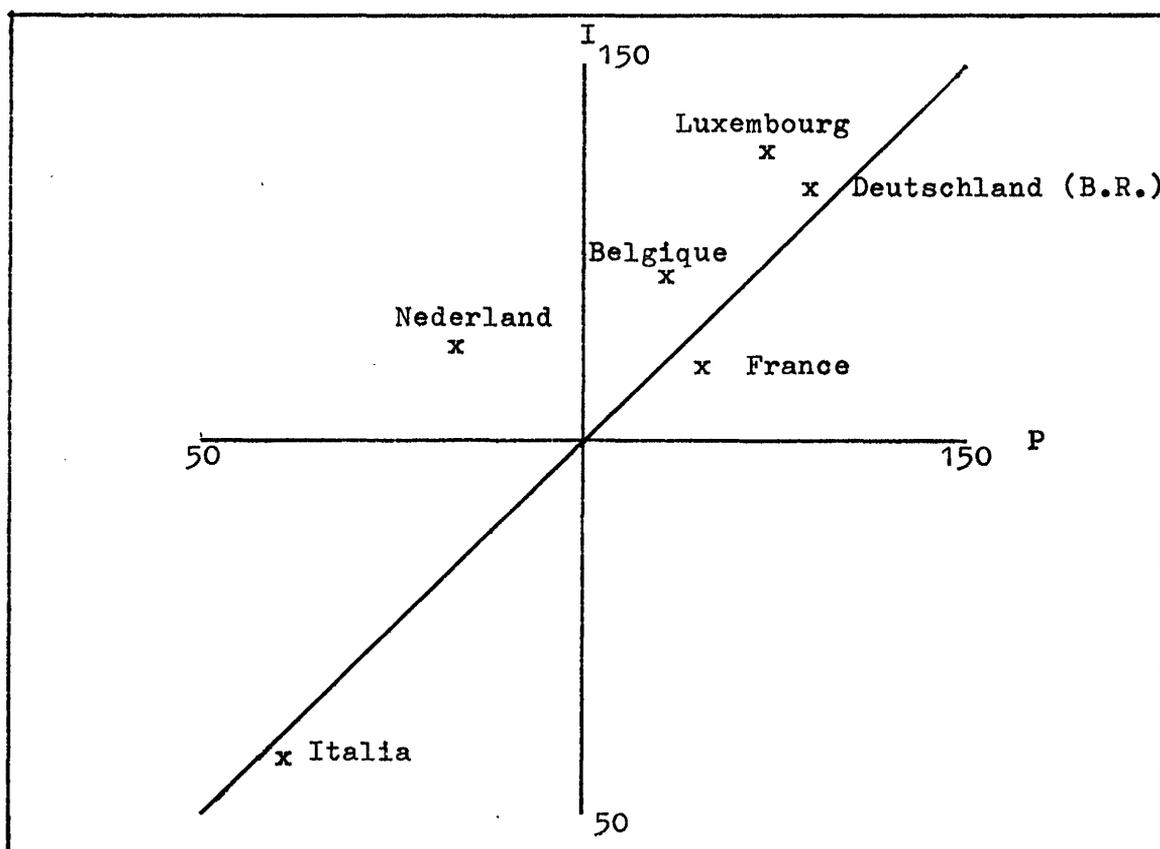
(Base : Communauté = 100)



Si l'on compare l'échelonnement des indices de disponibilité en moyens d'information (presse quotidienne, radio, télévision) et l'échelonnement des indices du produit national brut par habitant, on constate un certain retard dans le développement relatif des moyens d'information en France et une certaine avance dans les pays du Benelux.

C'est ce que montre le graphique suivant, dans lequel les moyens d'information ont été portés en ordonnée et le produit national brut en abscisse.

MOYENS D'INFORMATION (QUOTIDIENS, RADIO, TELEVISION)
ET PRODUIT NATIONAL BRUT PER CAPITA



2. LA PENETRATION DES MOYENS D'INFORMATION

Une étude des moyens d'information collective existant à un moment donné, dans une société donnée, ne suffit pas pour caractériser cette société et, en particulier, pour évaluer l'influence que peuvent avoir sur elle les "mass media".

Il est bien connu que tous les exemplaires qui constituent le tirage d'une publication, par exemple d'un quotidien, ne vont pas jusqu'au public : il y a toujours une marge d'invendus de "bouillons"; cette marge est d'autant plus grande que la publication compte plus de ventes au numéro et moins de ventes par abonnements (1). En revanche, chaque exemplaire vendu peut être lu par plusieurs lecteurs, par exemple en famille ou chez le coiffeur (2).

De même, le possesseur d'un poste de radio ou de télévision peut l'utiliser plus ou moins fréquemment, plus ou moins longtemps, seul ou en famille, voire même dans un lieu public, distraitement ou avec attention, etc...

C'est pourquoi les spécialistes de la communication distinguent l'audience potentielle, c'est-à-dire l'ensemble des personnes qui sont susceptibles d'être atteintes par tel ou tel moyen d'information, et l'audience effective, c'est-à-dire l'ensemble des personnes qui déclarent avoir utilisé tel moyen ou perçu tel message. Les plus raffinés, parmi ces spécialistes, vont même jusqu'à évaluer des audiences utiles pondérées, en affectant

(1) En France, dans la presse parisienne le taux d'invendus est de l'ordre de 5 à 6 % pour un journal comme La Croix, vendu surtout par abonnements, mais atteint 15 % pour France-Soir ou Le Figaro, et dépasse même 30 % pour certains quotidiens comme Combat ou La Nation. Ce n'est évidemment pas, pour ces derniers, un signe de bonne santé.

(2) C'est surtout le cas, bien entendu, de publications autres que des quotidiens, notamment de publications féminines ou familiales : l'édition anglaise de Vogue annonçait naguère un "readership" de 2,4 millions pour un tirage de 125 000 exemplaires.

chaque secteur, non sans une forte dose d'arbitraire, d'un coefficient de pondération variant suivant l'objet de la recherche.

Sans entrer ici dans le détail de ces études d'audience, qui devraient maintenant être approfondies au plan régional, nous voudrions faire le point de quelques travaux récents sur la pénétration des différents moyens d'information collective dans les pays de la Communauté, c'est-à-dire sur leur audience effective.

Nous aborderons cette étude sous deux aspects, en utilisant deux études effectuées simultanément, à deux ans d'intervalle, dans tous les pays de la Communauté, suivant un même questionnaire.

1°- The Reader's Digest Association a publié en 1963 les résultats d'une vaste enquête internationale sur les attitudes et comportements des consommateurs des six pays du Marché commun et de Grande-Bretagne (1).

L'une des séries de questions portait sur la lecture des journaux et l'usage de la télévision (au moins trois fois par semaine), sur la lecture des magazines (au moins une fois par semaine) et sur la fréquentation des salles de cinéma (au moins une fois par semaine).

Les résultats montrent que :

- 9 Néerlandais et 9 Luxembourgeois sur 10, 8 Allemands, un peu plus de 7 Français et 7 Belges, mais à peine 5 Italiens lisent un quotidien au moins trois fois par semaine;
- les Néerlandais viennent en tête pour la lecture des magazines, suivis par les Luxembourgeois, les Allemands et les Français, puis les Belges et les Italiens;

(1) Edition anglaise : Products and People. Il existe également des éditions allemande, française et italienne.

- les Néerlandais et les Italiens, presque à égalité, sont les principaux habitués de la télévision, suivis par les Allemands et les Belges, tandis que les Français et les Luxembourgeois viennent derrière;
- enfin, en ce qui concerne le cinéma, les Luxembourgeois et les Italiens sont en tête, suivis par les Français, les Belges, les Allemands et les Néerlandais (1).

Une comparaison entre ces résultats et les statistiques de l'UNESCO que nous avons utilisées précédemment montre que les pays se classent à peu près dans le même ordre suivant que l'on considère l'audience potentielle ou l'audience effective. En d'autres termes, comme l'on pouvait d'ailleurs s'y attendre l'utilisation des moyens d'information est en corrélation avec la disponibilité des moyens d'information.

Quelques différences, toutefois, ne sont pas sans intérêt. Ainsi les Pays-Bas, qui ne venaient qu'au quatrième rang pour le tirage par habitant des quotidiens, sont en tête pour la lecture de ces journaux, ce qui montre une utilisation relativement plus intensive de ce moyen d'information, soit que plus de gens achètent et lisent plus de journaux chacun que dans les autres pays, soit que - peut-être par esprit d'économie - plus de journaux passent de main en main; en réalité, il y a sans doute une explication plus simple, c'est que les lecteurs des quotidiens néerlandais sont généralement servis par abonnements, de sorte que le taux d'inventus est beaucoup plus bas dans ce pays que dans les autres.

En ce qui concerne l'utilisation de la télévision par rapport au nombre des postes pour cent habitants, nous noterons que l'Italie compte proportionnellement plus de téléspectateurs assidus que le nombre des postes ne pouvait le laisser prévoir. C'est sans doute en raison de la fréquence de l'utilisation de la télévision dans les lieux publics.

(1) Op. cit. tableau 31.

AUDIENCE EFFECTIVE DES MOYENS D'INFORMATION COLLECTIVE
DANS LA COMMUNAUTE EUROPEENNE ET EN GRANDE - BRETAGNE
(en % de la population adulte totale)

	Lisent		Regardent	Vont
	un journal au moins trois fois par semaine	un magazine au moins une fois par semaine	la télévision au moins trois fois par semaine	au cinéma au moins une fois par mois
	%	%	%	%
Allemagne (R.F.)	83	47	45	23
Belgique	71	36	44	27
France	76	47	33	30
Italie	48	25	49	44
Luxembourg	89	51	15	51
Pays-Bas	89	72	51	15
<u>Communauté européenne</u>	<u>72</u>	<u>42</u>	<u>43</u>	<u>42</u>
Grance-Bretagne	93	63	85	63

Source : Products and People. Reader's Digest, 1963. Tab. 31

2°- Gallup International a effectué en 1962, pour le compte du Service de Presse et d'Information des Communautés européennes, une enquête par sondage sur L'opinion publique et l'Europe des Six. L'une des questions portait sur les sources d'information du public relativement aux questions d'actualité concernant la Communauté européenne. Elle était ainsi rédigée : "Comment êtes-vous tenu au courant de ces questions ? Par votre journal quotidien, par la radio, par la télévision, par vos journaux professionnels, par vos amis ou relations ?"

Ces réponses ont montré que les Néerlandais étaient le plus souvent informés par la presse quotidienne (6 sur 10), de même que les Allemands et les Luxembourgeois. Nous retrouvons donc ici, par une autre voie, la confirmation des résultats examinés précédemment.

En Italie, la radio et la télévision sont les moyens d'information les plus fréquemment cités, avant la presse.

En France et en Belgique, la radio vient à égalité avec la presse quotidienne, comme source d'information, tandis que la télévision vient en troisième position.

SOURCES D'INFORMATION D'ACTUALITE SUR LA
COMMUNAUTE EUROPEENNE

	<u>Quotidien</u>	<u>Radio</u>	<u>Télévision</u>
	%	%	%
Allemagne (R.F.)	47	35	27
Belgique	26 (28 N (25 F	25 (25 N (25 F	16 (18 N (14 F
France	37	37	15
Italie	22	25	24
Luxembourg	43	34	17
Pays-Bas	60	42	28

Source : Revue Sondages, n° 1, 1963, p. 45 et, pour l'Italie, rapport d'enquête, non publié, de l'Institut DOXA, juin 1962, p. 18 (Les lettres N et F désignent, pour la Belgique, les personnes d'expression néerlandaise et d'expression française respectivement).

Quelles que soient les réserves que l'on puisse faire sur la valeur de ces réponses, car il est établi que le lecteur, l'auditeur, le téléspectateur, touché par de multiples messages provenant de différentes sources et portant sur un même sujet, absorbe

et assimile lesdits messages, mais en oublie très vite l'origine, nous sommes du moins éclairés sur l'importance subjective attribuée aux différents moyens d'information collective.

La civilisation de l'imprimé est encore une réalité, notamment dans les pays nordiques. Est-ce parce que GUTENBERG y est né et que la Bible, le Livre par excellence, y est considérée comme source de foi ? Nous pensons avec Bernard VOYENNE que les climats pluvieux, les hivers longs et sombres, en interiorisant la vie sociale ont depuis longtemps constitué des éléments propices à la consommation de papier imprimé sous toutes ses formes. La radio et la télévision bénéficieront sans doute, bénéficient déjà, de ces facteurs climatiques et sociaux, mais la presse a une large avance.

Dans les pays méridionaux, la vie de plein air favorise des relations humaines perçues comme plus directes, les hommes y sont plus sensibles sans doute aux séductions du verbe et à la facilité du spectacle. A mesure que ces pays se développent, économiquement et socialement, la radio et la télévision s'affirment comme la principale source d'information pour une large partie du public (1).

Notons d'ailleurs que d'autres facteurs interviennent et que, dans tous les pays, certaines catégories du public, moins évoluées culturellement ou moins intégrées à la société globale : les femmes, les jeunes, les ruraux, etc..., donnent une nette préférence à l'information par la radio et la télévision par rapport à l'information par la presse (2).

(1) Cf. Bernard VOYENNE, La presse dans la société contemporaine. Librairie Armand Colin, Paris 1962, p. 129.

(2) "Il semble que les hommes et les personnes les plus cultivés ont une tendance à préférer les media imprimés (livres, journaux, magazines...) et que les femmes et les personnes d'un niveau culturel inférieur réservent leur faveur aux media de spectacle (radio, cinéma, T.V.)". Morris JANOWITZ et Robert SCHULZE, La Recherche dans le domaine des communications de masse. Revue Communications, n° 1, Paris 1961, p. 27.

Il ne faudrait cependant pas considérer l'univers des consommateurs d'information comme compartimenté d'une façon trop stricte en lecteurs de presse, auditeurs de radio et téléspectateurs.

De nombreuses études ont montré que, dans tous les milieux et dans tous les pays, ce sont dans une très large mesure les mêmes personnes qui tout à la fois lisent le plus de journaux et autres publications, écoutent le plus la radio, vont au cinéma et même, avec ici quelques nuances mettant en jeu certains facteurs comme le snobisme intellectuel, regardent la télévision. La consommation des "mass media" tend à être cumulative. Les différents media se renforcent les uns les autres, plutôt qu'ils ne se concurrencent (1).

L'attitude envers les moyens d'information collective, ou en d'autres termes l'ouverture au monde extérieur, la recherche d'une participation plus ou moins consciente à la vie sociale, est une attitude globale, sous quelque modalité qu'elle se manifeste en comportements et en conduites (2).

(1) Cf. JANOWITZ et SCHULZE, op. cit., p. 26

(2) La sous-consommation des "mass media" est, elle aussi, cumulative. C'est ainsi que, d'après une enquête récente du Centro Studi Otipi, de Milan, sur 100 Italiens âgés de 16 ans et plus, 45 ne lisent jamais ou presque jamais de quotidien (31 % des hommes et près de 57 % des femmes). Parmi ces 45 non-lecteurs, 17, soit plus d'un tiers, n'écoutent pas la radio, alors que, dans l'ensemble de la population, le pourcentage de ceux qui n'écoutent pas la radio au moins une fois par semaine n'est que de 26 %. De ces 17, environ 12, soit 72 %, ne regardent pas la télévision, alors que, pour l'ensemble de la population, le pourcentage n'est que de 36 %.

Grosso modo, on peut estimer que 12 % des Italiens adultes sont touchés avec une intensité notable par les trois media, tandis que 12 % ne sont touchés par aucun des trois.

Cette attitude est fonction de facteurs individuels, tels que le niveau d'intelligence et le type caractériel, mais surtout de facteurs socio-économiques (niveau de revenu) et socio-culturels (niveau d'instruction). Le besoin d'information naît du sentiment d'appartenance et se renforce par la prise de conscience de l'appartenance, de l'intégration, à une communauté.

C'est dire que la demande d'information et la satisfaction de cette demande mettent en jeu l'ensemble des relations sociales du sujet considéré, et pas seulement ses capacités individuelles de perception des messages transmis par les "mass media". Il faut souligner ici le rôle des conversations professionnelles, familiales, politiques et des relations de voisinage, y compris les commérages populaires ou mondains.

Les travaux de LAZARSFELD sur les personnalités influentes ont montré que la communication des "mass media" ne parvient jamais directement et à l'état pur à ses destinataires, comme de l'eau sur une plante, mais est retransmise sous une forme plus assimilable, avec des connotations affectives où le prestige des uns et la confiance des autres jouent un très grand rôle, aux multiples groupes sociaux, plus ou moins stables et structurés, au sein desquels nos personnalités trouvent leur "nourriture psychique", c'est-à-dire finalement la confirmation de leurs attitudes profondes, l'image et le modèle d'elles-mêmes (1).

En toute rigueur, le concept de masse, dont on a fait un si large emploi depuis un siècle, devrait être abandonné ou relativisé. La recherche sociale s'oriente actuellement vers l'étude des effets de la communication collective sur trois catégories de groupes : les groupes fortement intégrés (familles, bandes de jeunes, associations syndicales, professionnelles, culturelles etc... considérés au niveau "où l'on se dévoue"), dont les membres sont unis par un large accord sur les significations et les

(1) Cf. Paul F. LAZARSFELD, Personal influence, Free Press, Glencoe, Ill. 1955.

valeurs qui constituent le patrimoine du groupe; les larges audiences, c'est-à-dire les masses, suivant l'acception ancienne, dont les membres n'ont guère de relations les uns avec les autres; entre les deux, le public, les gens qui ont entre eux quelque intérêt similaire ou commun et qui sont plus ou moins capables de discuter rationnellement le pour et le contre d'un argument ou d'un événement (exemple: les syndiqués, les chefs d'entreprise, les étudiants, etc..., considérés aux dimensions d'une société globale).

Il est bien certain, de nombreux travaux l'ont montré, que l'effet des communications dites de masse est extrêmement différent - et très différente la valeur significative des sondages d'opinion - suivant la part relative, dans une société donnée, parmi les destinataires d'un message donné, des groupes intégrés, des publics intéressés et de la masse indifférenciée (ou supposée telle faute d'études plus approfondies) (1).

+

+

+

Munis de ces connaissances sommaires sur les moyens d'information collective dans les pays de la Communauté européenne, nous allons maintenant nous efforcer de rechercher, d'une part, ce que pensent les Européens de la formation d'une Europe unie et, d'autre part, ce que les peuples européens pensent les uns des autres.

(1) Cf. Arnold M. ROSE, Mass media and public opinion, revue "Kyklos", Basel. XV, 1962, pp. 465-484

Troisième partie

L' OPINION PUBLIQUE EUROPEENNE

ET L'INTEGRATION DE L'EUROPE

Sans oublier les distinctions qu'il faudrait faire, si les matériaux provenant des études déjà effectuées le permettaient, entre l'opinion des groupes fortement intégrés, celle des publics et celle de la plus large audience, c'est-à-dire de la masse au sens traditionnel, nous devons partir d'un concept opérationnel d'opinion publique, celui que nous proposent les spécialistes de la psychologie sociale pour qui ce n'est rien d'autre qu'une certaine distribution "anormale", au sens statistique du mot, des attitudes exprimées par les membres d'un groupe, à un moment donné, sur un sujet donné.

En ce sens, il n'y a pas à proprement parler d'opinion publique, mais des phénomènes collectifs d'opinion, d'expression d'attitudes ou de comportements, observés par des techniques adéquates, notamment par les sondages sur échantillons représentatifs. Ce que l'on appellera couramment l'opinion publique, c'est l'expression d'une préférence collective, d'un consensus d'idées ou d'aspirations, qui se traduit numériquement (et graphiquement) par une distinction différant de celle qui serait due au pur hasard (1). Il y a une opinion publique, disent les théoriciens, par référence à une notion de thermodynamique, là où la distinction statistiquement mesurable des opinions individuelles montre que l'univers étudié n'est pas dans un état d'entropie, c'est-à-dire de désordre.

(1) Cf. Jean STOETZEL, La psychologie sociale. Flammarion, Paris 1963, pp. 270-274.

A noter que la terminologie allemande, depuis quelques années, distingue, "die öffentliche Meinung", au sens d'opinion exprimée par des citoyens identifiables et responsables, et "die gemeine Meinung", au sens d'opinion découverte par les sondages et exprimée par des sujets anonymes n'ayant pas à répondre de leurs propos. Cf. Stein ROKKAN, Les utilisations des enquêtes par échantillonnage dans les recherches comparatives, Revue internationale des sciences sociales, n° 1, 1964, p. 15.

Nous utiliserons à nouveau les deux sondages d'opinion auxquels nous nous sommes déjà référés, celui de Gallup international effectué en 1962 sous la direction de l'Institut français d'Opinion publique et celui que réalisèrent en 1963 cinq autres instituts pour le compte du Reader's Digest.

Le premier de ces sondages portait sur L'opinion publique et l'Europe des Six et le second sur Products and People, les attitudes des peuples européens les uns vis-à-vis des autres et à l'égard des principaux produits de consommation.

1. CE QUE PENSENT LES EUROPEENS DE LA FORMATION D'UNE EUROPE UNIE

L'enquête de Gallup international, effectuée en janvier-mars 1962, dans les six pays de la Communauté européenne, dans des conditions rigoureusement comparables, auprès d'échantillons représentatifs comptant au total 6 334 personnes adultes (âgées de plus de vingt ans), est la première du genre, du moins depuis le début de l'établissement du Marché commun (1).

Elle nous livre des renseignements extrêmement précieux, qui confirment et complètent les résultats tirés de travaux antérieurs.

L'objet de la recherche était de comparer les dispositions générales du public dans chacun des six pays, de dégager les grandes lignes de l'opinion, de déceler les réactions communes, aussi bien que les divergences de vues et les oppositions.

(1) Durant la première moitié de 1950, le Mouvement Européen avait confié à l'Institut de recherche de l'opinion publique Eric STERN la réalisation d'un sondage dans douze pays de l'Europe occidentale sur l'union de l'Europe. Cf. document miméographié du Mouvement Européen, non publié.

D'autre part, depuis 1952, les services américains d'information ont fait effectuer plusieurs enquêtes sur le même sujet en Allemagne fédérale, en France, en Italie, aux Pays-Bas et au Royaume-Uni. Cf. notamment Public opinion in Western Europe, publication confidentielle, U.S. special Representative in Europe, janvier 1953.

Voyons-en les résultats.

1°- Adhésion très large du public à l'"idée européenne"

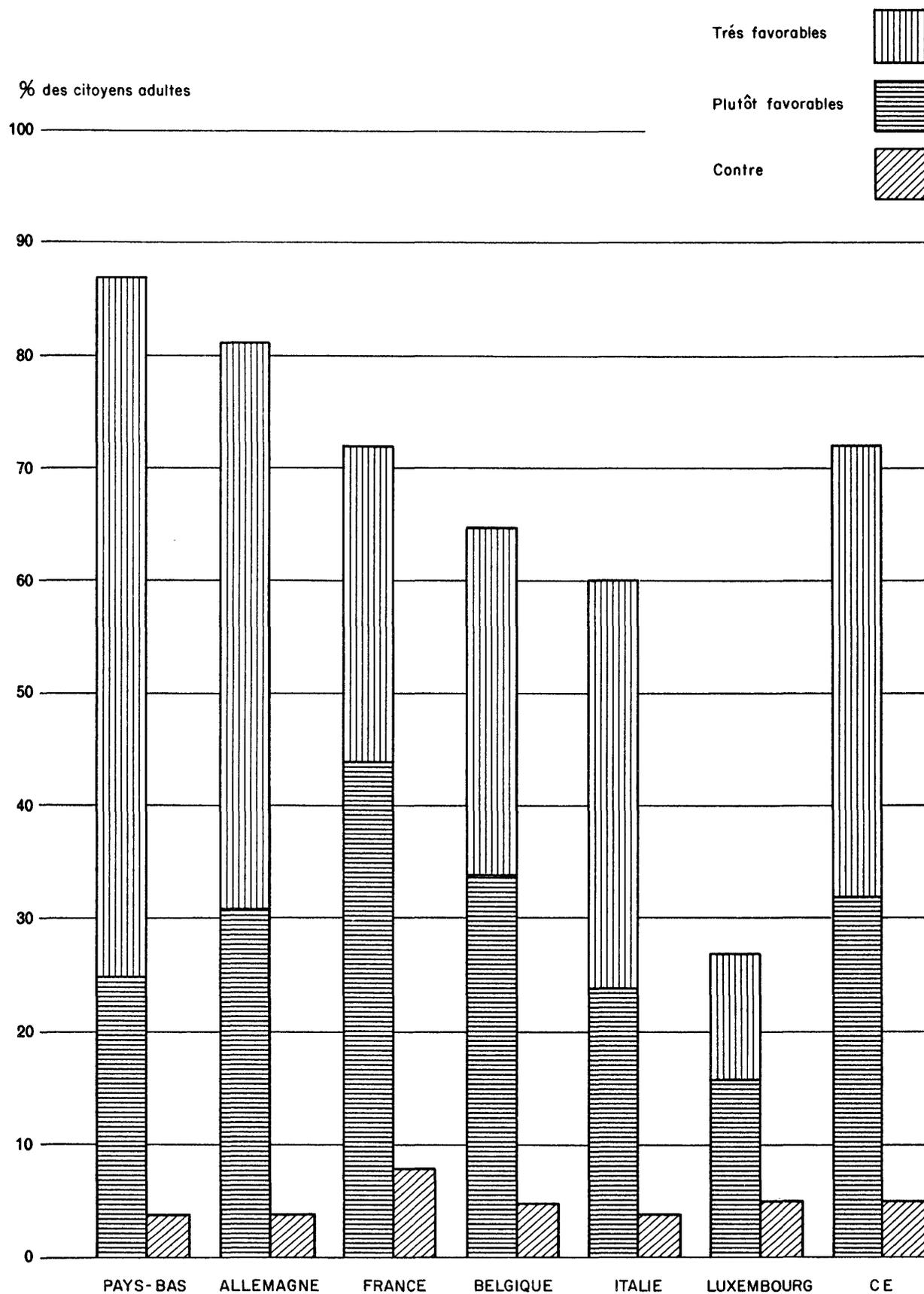
Le rapport d'enquête commence par ces mots :

"Ce qui ressort le plus remarquablement de l'étude des opinions du grand public dans les six pays de la Communauté, c'est l'adhésion très large de ce public à l'idée de l'unification européenne. Adhésion particulièrement forte aux Pays-Bas et en Allemagne; plus modérée en Belgique et en France; forte encore en Italie, si l'on veut bien négliger la fraction du public italien qui n'exprime - faute d'information (...) - aucune opinion sur le sujet. Dans ces cinq pays, six à huit citoyens sur dix se déclarent en faveur de l'unification." (1)

Fait plus significatif encore, la minorité opposée à la construction de l'Europe est extrêmement faible : 4 % des citoyens en Allemagne, aux Pays-Bas et en Italie; 5 % en Belgique et au Luxembourg; 8 % en France. A noter qu'en France et en Italie les attitudes hostiles ainsi exprimées sont très largement inférieures aux pourcentages des votes communistes dans les consultations électorales.

(1) Sondages, revue française de l'opinion publique, 1963, n° 1, pp. 8-9.

PARTISANS ET ADVERSAIRES DE L'EUROPE UNIE



PARTISANS ET ADVERSAIRES DE L'EUROPE UNIE (1)

	Très pour et pour	Plutôt contre et très contre	Ne répondent pas
	%	%	%
Pays-Bas	87	4	9
Allemagne (R.F.)	81	4	15
France	72	8	20
Belgique (x)	65	5	30
Italie	60	4	36
(Luxembourg) (xx)	(27)	(5)	(68)
<u>Communauté</u> <u>européenne</u>	<u>72</u>	<u>5</u>	<u>23</u>
(x) Expression néerlandaise	68	7	25
Expression française	60	3	37

(xx) Les résultats concernant le Luxembourg sont considérés comme douteux et devraient faire l'objet de recherches complémentaires.

Une comparaison avec les résultats d'une enquête effectuée dans quatre des mêmes pays en 1952, c'est-à-dire dix années auparavant, par les services américains d'information, montre partout un net renforcement des attitudes favorables :

(1) D'après Sondages, op. cit., p. 16 et le rapport de l'Institut pour l'Etude des Marchés, Bruxelles.

	Allemagne (R.F.)		France		Italie		Pays-Bas		Ensemble (x)	
	1952	1962	1952	1962	1952	1962	1952	1962	1952	1962
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Pour	70	81	60	72	57	60	74	87	63	72
Contre	10	4	16	8	14	4	10	4	13	5
Ne répondent pas	20	15	24	20	29	36	16	9	24	23
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

(x) Pour 1952, moyenne des quatre pays; pour 1962, moyenne des six pays de la Communauté.

Bien que la France ne soit pas le pays où les attitudes à l'égard de la construction de l'Europe soient les plus favorables, l'évolution de 1952 à 1962 montre une augmentation de 20 % des attitudes favorables. Un auteur qui a étudié les sondages réalisés en France depuis 1950 souligne que "l'appartenance (...) à la Communauté européenne bénéficie dans l'opinion publique d'un consensus général" (1).

Nous reviendrons plus tard sur la nature, le niveau d'enracinement, la ou les significations de ce consensus, mais il est important de souligner qu'il existe. N'oublions pas qu'au lendemain de l'échec du projet de Communauté européenne de Défense, en 1954, un sociologue aussi avisé que Raymond ARON écrivait que, de cette défaite le "parti européen" ne s'était pas relevé, en ajoutant que "l'organisation fédérale de l'Europe des Six est une idée morte" (2). Plus récemment, dans maints propos et écrits, un ancien président du Conseil des Ministres français, M. Michel DEBRE, croyait pouvoir déclarer qu'"il n'y a pas encore de sentiment populaire européen qui puisse s'affirmer dans un parlement européen d'où émanerait un gouvernement européen." (3)

(1) Cf. Pierre FOUGEYROLLAS, La conscience politique dans la France contemporaine. Denoël, Paris. 1963, p. 272

(2) Raymond ARON, La querelle de la C.E.D. A Colin, 1956, p. 109

(3) Michel DEBRE, Conférence au Jeune Barreau de Bruxelles, cité par La Libre Belgique, 26 janvier 1963.

2°- Peu de passion, peu de curiosité pour les étapes de la construction de l'Europe

Bien que très favorable, l'opinion est loin d'être mobilisée en faveur des efforts d'intégration européenne. Dans les six pays de la Communauté, trois à quatre citoyens sur dix seulement déclarent penser "très souvent" ou "assez souvent" à l'unification de l'Europe, et une petite fraction de ce public cite spontanément l'Europe comme l'un des problèmes les plus importants pour son pays.

Cette relative indifférence appelle quatre remarque, qui ont été formulées par les auteurs du rapport de synthèse ici examiné.

a) La capacité d'intérêt de la plupart des hommes, c'est-à-dire la configuration de leurs demandes et de leurs attentes, est le plus souvent accaparée par certains problèmes individuels ou collectifs auxquels ils sont rendus particulièrement sensibles par leur vie quotidienne (salaire, travail, situation familiale et sociale, etc...) et par l'appareil, que nous savons nationalement organisé, d'information collective. Au moment de l'enquête, le premier plan de l'actualité était occupé dans la plupart des six pays par des problèmes nationaux aigus : la division de l'Allemagne et les incidents de Berlin, l'affaire algérienne, etc...

b) Le public, dans sa majorité, est peu sensibilisé aux problèmes de politique générale, moins encore à ceux qui débordent l'horizon national, sauf si un risque de conflit apparaît et vient dramatiser l'événement.

c) L'absence d'une véritable opposition à la construction de l'Europe, d'une opposition avouée, militante et polémique, contribue sans doute à rendre inutile, aux yeux de beaucoup de partisans de l'Europe, non seulement tout militantisme, mais même toute mobilisation d'attention. L'Europe, pour beaucoup, cela va de soi.

d) Enfin, on trouve partout des ordres de grandeur comparables entre le nombre des citoyens qui se sentent en sympathie avec un parti politique et ceux qui sont favorables à l'Europe, d'une part,

entre le nombre de ceux qui s'intéressent à la politique et ceux qui s'intéressent à l'Europe, d'autre part. En d'autres termes, la masse des sympathisants est plus large que la fraction des intéressés, à l'intérieur de laquelle on devrait distinguer le noyau des participants.

SYMPATHIE ET INTERET POUR LA POLITIQUE ET POUR
L'UNIFICATION DE L'EUROPE

	Se sentent en sympathie avec un parti	Sont pour l'unification de l'Europe	S'intéressent à l'actualité politique	S'intéressent à l'unification de l'Europe
	%	%	%	%
Pays-Bas	95	87	54	45
Allemagne (R.F.)	67	81	47	43
France	58	72	43	33
Belgique	58	65	30	30
Italie	63	60	33	29
(Luxembourg)	(58)	(27)	(39)	(27)
<u>Communauté</u> <u>européenne</u>	<u>65</u>	<u>72</u>	<u>42</u>	<u>36</u>

3°- Information assez largement répandue, mais limitée à un
niveau superficiel

Quatre niveaux d'information ont été définis par combinaison de trois critères : la connaissance des institutions européennes, la connaissance des débats en cours concernant l'Europe (politique agricole commune) et la connaissance des réalisations déjà acquises par le Marché commun.

Au niveau d'information supérieur, formé des personnes qui peuvent citer conjointement le nom d'une des trois Communautés, les débats alors en cours sur la politique agricole et la suppression des droits de douane, on trouve environ le quart des Néerlandais,

des Allemands et des Français, 14 % des Belges et seulement 4 % des Italiens. Le bas niveau d'information des Italiens n'est d'ailleurs pas un phénomène propre aux questions européennes. Nous avons vu précédemment que l'Italie est, de tous les pays de la Communauté, le plus faible consommateur de moyens d'information collective (1).

NIVEAU D'INFORMATION SUR LES QUESTIONS EUROPEENNES

	<u>Bon</u>	<u>Assez bon</u>	<u>Moyen</u>	<u>Faible</u>	<u>Nul</u>
	%	%	%	%	%
Pays-Bas	29	31	3	24	13
Allemagne (R.F.)	25	29	8	14	24
France	22	29	10	18	21
Belgique	14	26	6	27	27
Italie	4	11	8	13	64
<u>Communauté</u> <u>européenne(2)</u>	<u>18</u>	<u>24</u>	<u>8</u>	<u>16</u>	<u>34</u>

+

+

+

Résumons-nous, avant d'aller plus loin :

1°- Dans les six pays de la Communauté, six à huit citoyens adultes sur dix, presque neuf sur dix aux Pays-Bas, se déclarent en faveur de l'unification de l'Europe et ne trouvent en face d'eux qu'une faible minorité d'opposants. Ce nombre de six à huit ou neuf sur dix correspond au nombre des citoyens qui se déclarent en sympathie avec un

(1) Selon une enquête de l'Institut DOXA, effectuée en 1963, un électeur italien sur quatre ignorait que la démocratie chrétienne était au gouvernement et un électeur sur trois était incapable de citer spontanément le nom du président du Conseil de l'époque (M. FANFANI). Cf. Bollettino della Doxa, XVII, n° 3, 18/3/1963.

(2) L'échantillon luxembourgeois était trop restreint pour permettre une telle analyse.

parti politique, qui ont donc une certaine "conscience politique", un regard globalisant porté sur la société (1).

2°- Sur ces six à huit citoyens, environ la moitié, soit trois à quatre sur dix, déclarent s'intéresser très souvent ou assez souvent à l'unification de l'Europe. Cette minorité est du même ordre de grandeur que celle qui s'intéresse beaucoup ou moyennement à l'actualité politique. Ce sont ceux qui demandent implicitement ou qui attendent quelque chose, au plan individuel ou collectif, en relation avec la vie de leur pays, les relations entre pays et la construction de l'Europe.

3°- Sur ces trois ou quatre, seulement la moitié dans l'ensemble (un peu plus aux Pays-Bas, en Allemagne et en France, beaucoup moins en Italie), sont bien informés sur les institutions européennes et les problèmes européens.

Une sorte de pyramide, comparable à celle des démographes, plus qu'à celle des géomètres, nous apparaît.

Nous y trouvons à la base, une minorité plus ou moins importante de citoyens passifs ou indifférents, qui ne sont ni pour ni contre l'Europe, qui n'ont pas ou n'osent pas exprimer une sympathie pour un parti politique, qui ne perçoivent ou ne recherchent aucune information sur les affaires européennes. Cette strate ne compterait que 5 à 10 % des citoyens aux Pays-Bas et 20 à 40 % dans les autres pays. Encore faudrait-il, par des études plus approfondies, distinguer à l'intérieur de cette strate les apolitiques absolus, ceux qui ne s'intéressent pas du tout à la vie politique, et les apolitiques relatifs, ceux qui n'ont aucune sympathie pour les organisations politiques existantes (2).

(1) FOUGEYROLLAS, op. cit., p. 325

(2) Cf. P. FOUGEYROLLAS, op. cit., p. 244

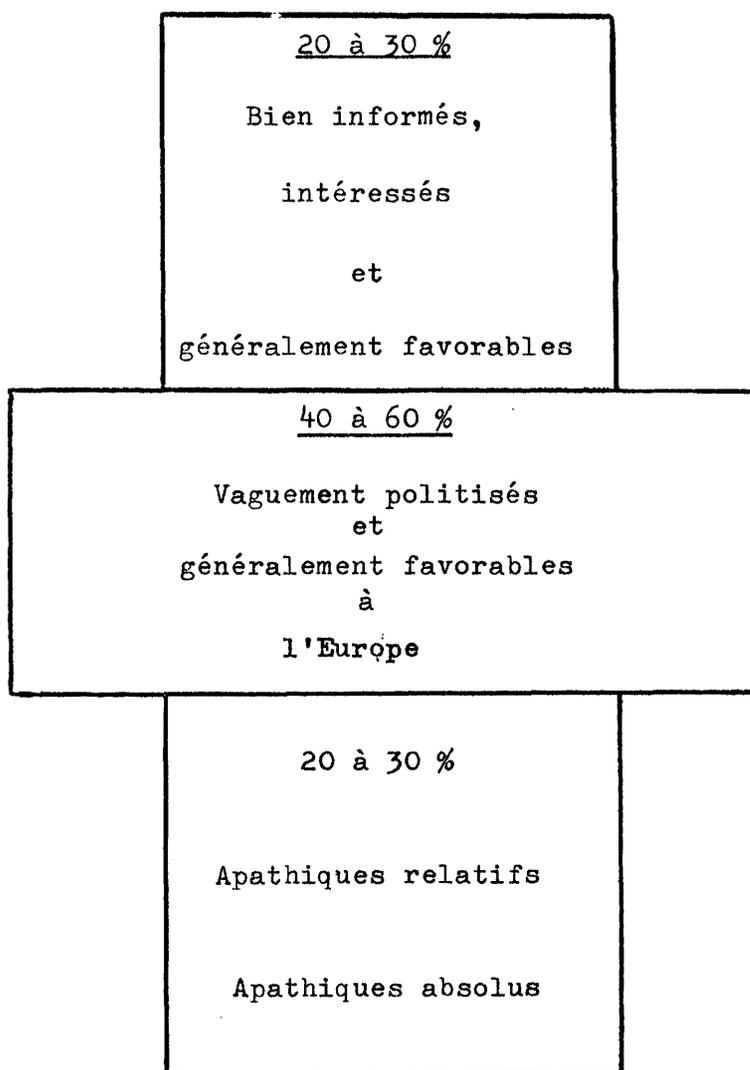
Au-dessus, nous trouvons la strate des citoyens qui expriment des sympathies politiques, qui se déclarent en faveur de l'unification de l'Europe, même s'ils ne s'intéressent que médiocrement aux affaires européennes et plus généralement à l'actualité politique. C'est la majorité.

Au sommet de notre pyramide, nous trouvons la minorité des citoyens intéressés et informés : 15 à 30 %, sauf en Italie. Resterait, parmi cette minorité, à distinguer entre ceux chez qui cet intérêt est profond, motivé, actif, prédisposant à une participation consciente, et ceux chez qui il reste au niveau d'un consensus plus ou moins vague.

Une politique européenne d'information aurait pour but d'étayer et de "dynamiser" les attitudes favorables des minorités actives; d'augmenter l'intérêt et d'élever le niveau d'information des citoyens qui sont à la fois favorables et mal informés, ou peu intéressés; de faire naître l'intérêt à la base, en sensibilisant au moins les apathiques relatifs.

L'Europe ne tombant pas du ciel, c'est en stimulant l'intérêt des citoyens pour la politique que l'on fera naître un intérêt personnel pour l'Europe, lequel à son tour suscitera une recherche d'information, une prédisposition à la participation, une conscience politique européenne.

STRATIFICATION DES ATTITUDES
A L'EGARD DE LA VIE POLITIQUE ET DE L' UNIFICATION DE L'EUROPE
DANS LA COMMUNAUTE EUROPEENNE



Cette enquête livre encore d'autres résultats, notamment quant aux mobiles et aspirations du public et quant aux différences d'attitudes suivant les milieux.

4°- Mobiles et aspirations : espoirs de sécurité et de mieux-être

Faute de pouvoir réaliser une véritable étude de motivation, par entretiens approfondis, les enquêteurs se sont efforcés de déceler, par des questions ouvertes, pour quelles raisons la masse des partisans de l'Europe unie étaient en faveur de l'unification de l'Europe.

Les mobiles et aspirations spontanément exprimés appartiennent à trois ordres d'idées : le thème "sécurité", le thème "mieux-être" et le thème "progrès".

a) Le thème "sécurité", désir d'assurer la paix, d'éviter le retour des conflits du passé, domine tous les autres en Allemagne et en France. Ressortissant au même thème est le sentiment, surtout exprimé aux Pays-Bas, mais également présent dans les autres pays, que les pays isolés ne pourront pas survivre. Le désir de contenir la pression des pays de l'Est n'est exprimé qu'exceptionnellement, sauf en Allemagne. Enfin, l'idée d'un troisième bloc ou d'une troisième force entre les Etats-Unis et l'U.R.S.S. est exprimée par un citoyen sur dix en Belgique et en France, rarement dans les autres pays (1).

b) Le thème "recherche d'un mieux-être" est exprimé spontanément sous deux formes : ou bien en terme d'économie générale (développement de la prospérité du pays) dans les pays qui sont déjà économiquement et socialement les plus développés, c'est-à-

(1) Dans une enquête effectuée en mai 1957, environ un quart des personnes interrogées en Allemagne, en France et en Italie estimaient que le Marché commun et Euratom, dont les traités venaient d'être signés, auraient pour effet de réduire l'influence américaine en Europe, et la plupart pensaient que c'était une bonne chose.

dire aux Pays-Bas, en Allemagne, en France et en Belgique; ou bien en terme de bénéfice pour l'individu (niveau de vie) et principalement en Italie.

c) Enfin le thème "progrès", compris ici dans son sens intellectuel, humaniste ou spiritualiste, vient au troisième rang en France et aux Pays-Bas.

+

+

+

Ainsi, souligne le rapport de synthèse, les objectifs économiques, explicites ou implicites, des traités européens sont-ils perçus par le public, mais de façon confuse et parcellaire, tandis que la philosophie politique et sociale de la Communauté européenne ne semble trouver une certaine résonance qu'en France et aux Pays-Bas.

+

+

+

Nous noterons encore que, dans tous les pays, notamment aux Pays-Bas où l'adhésion est la plus large, le public estime souvent que l'unification de l'Europe présente des dangers et des risques, mais, partout, ceux qui pensent que leur pays sera finalement avantage dans le Marché commun sont plus nombreux que ceux qui s'attendent à une position désavantagée.

Exceptionnellement a été exprimée une méfiance, une crainte ou une hostilité à l'égard d'un autre pays de la Communauté.

Enfin, parmi les aspects du Marché commun et de l'unification de l'Europe qui étaient cités comme les plus populaires, on trouve en tête l'abolition des droits de douane, l'harmonisation des avantages sociaux, la mise en commun des moyens de recherche scientifique, l'équivalence des diplômes, en faveur de quoi se prononcent sept ou huit personnes sur dix.

Nous noterons, avec regret, que les mesures les moins populaires, notamment en France et en Belgique, sont celles qui tendent à utiliser une partie des impôts pour aider les pays les plus pauvres d'Europe et les pays africains. Le "cartiérisme" n'est pas une invention de journalistes.

5°- Différences d'attitudes suivant les milieux

Il est bien connu que les attitudes et comportements politiques, de même que les niveaux d'information, sont très différents d'un milieu à l'autre, sous l'influence de nombreux facteurs tels que le sexe, l'âge, l'instruction, le revenu, la situation socio-professionnelle, la localisation géographique et les dimensions de l'agglomération habitée, etc...

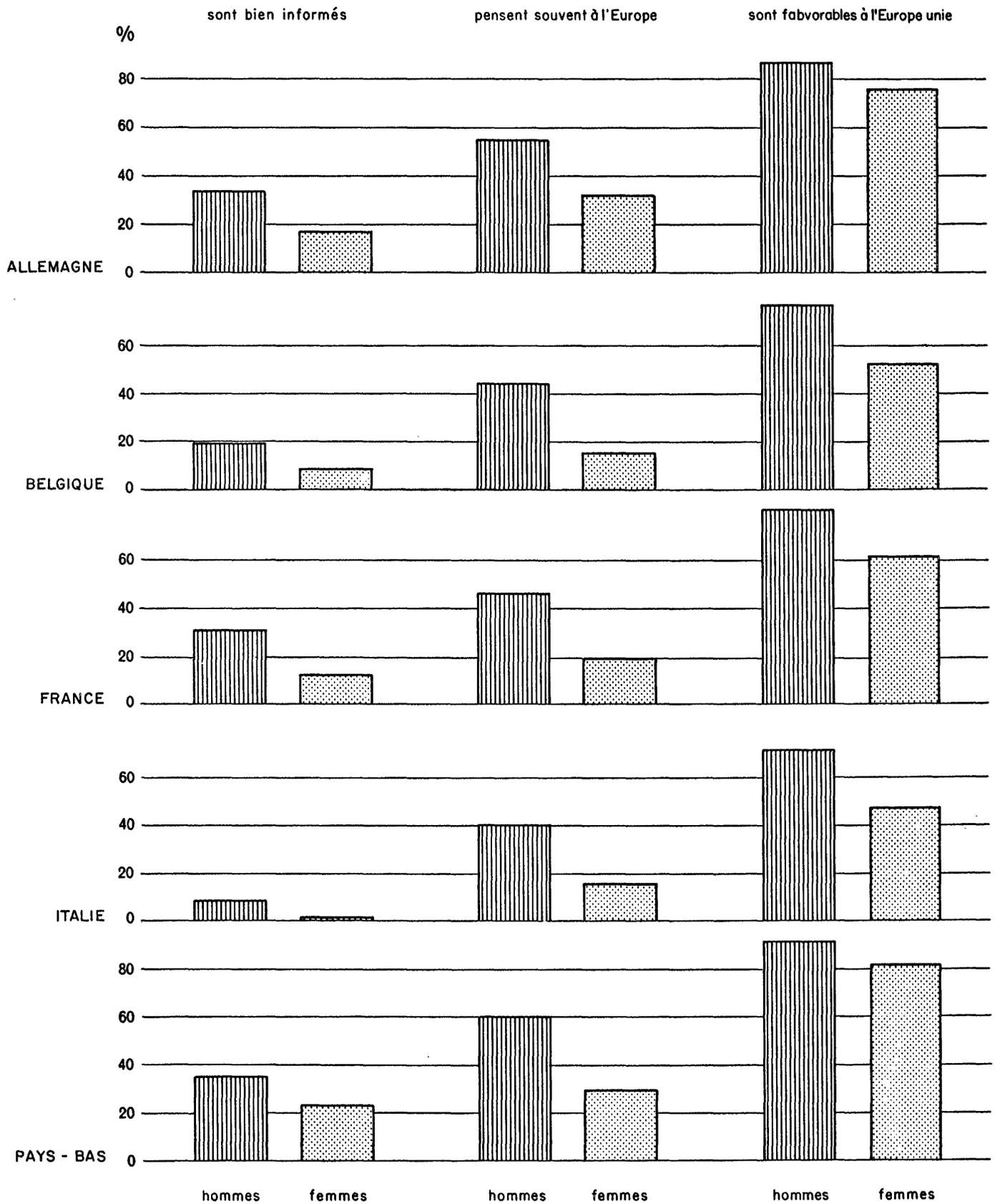
Tous ces facteurs interagissent, suivant des modalités encore mal connues, de sorte que, sans même tenir compte ici des variables individuelles, les gens d'un milieu déterminé se sentent plus ou moins intégrés à la société globale, à la communauté politique dont ils font partie, et participent plus ou moins à son existence et à son développement.

Les attitudes et comportements, et les opinions qui les expriment, en ce qui concerne l'unification de l'Europe n'échappent évidemment pas à cette loi générale.

1°- Le sexe.- Dans tous nos pays les femmes sont moins intéressées à la politique ou moins bien informées que les hommes. Elles sont également moins favorables à l'unification de l'Europe.

ATTITUDES SUIVANT LE SEXE

Sur cent hommes ou femmes adultes :

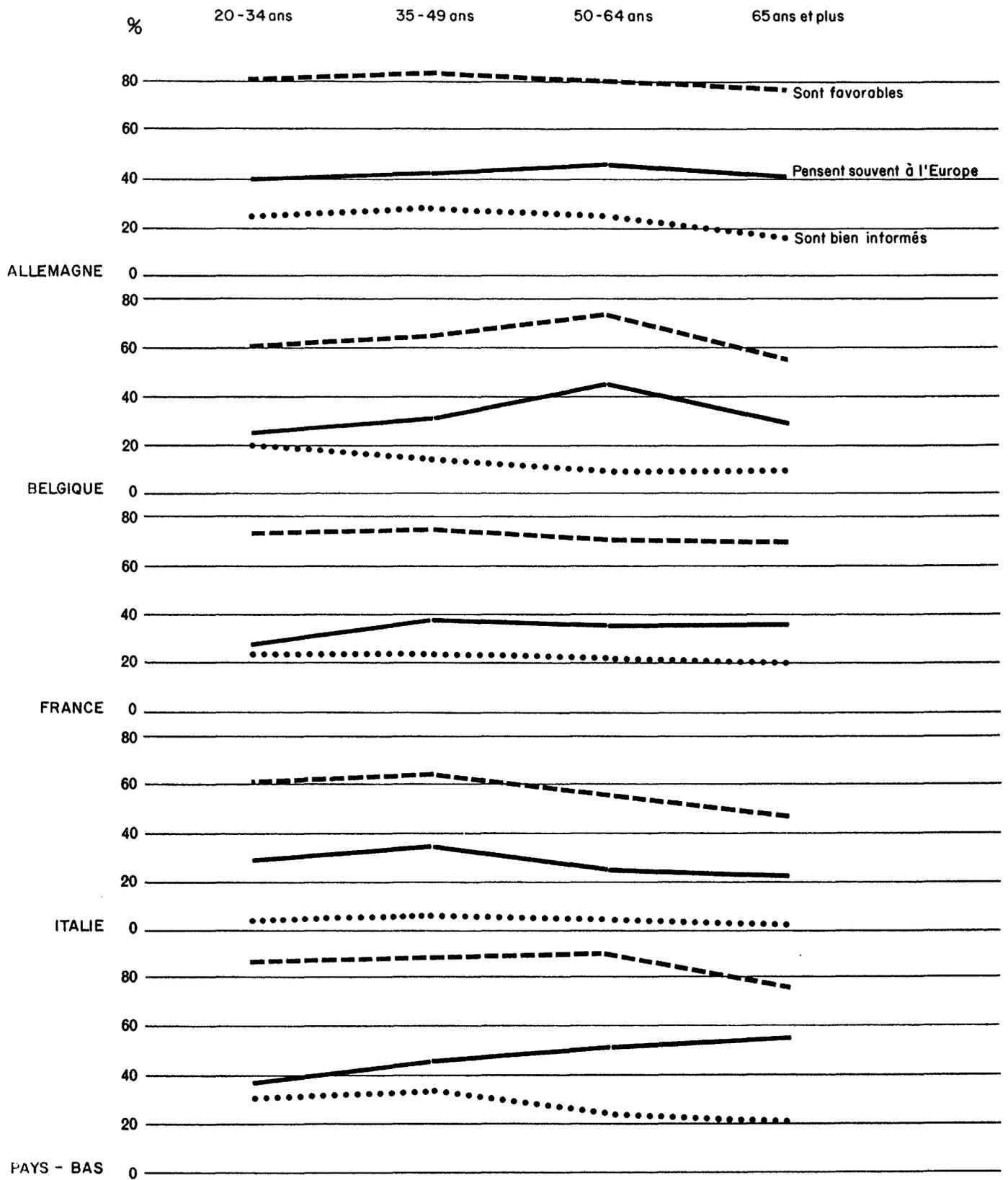


2°- L'âge.- Contrairement à ce à quoi on aurait pu s'attendre, notre enquête révèle peu de différences d'attitudes entre le groupe jeune (20 à 34 ans) et les groupes d'âge mûr. Les personnes les plus âgées (au-dessus de 65 ans) réagissent différemment par l'effet d'un certain désengagement par rapport à la vie active.

Ce fait que les jeunes ne manifestent pas plus d'intérêt ni de faveur que leurs aînés à l'égard de l'Europe est un phénomène politique général dans nos pays, mais on aurait pu penser que, s'agissant de problèmes qui engagent leur avenir, ils se seraient sentis davantage concernés.

Peut-être les résultats eussent-ils été différents si l'enquête avait porté sur une classe d'âge plus jeune. Peut-être les jeunes qui, socialement parlant, ont fait leurs premiers pas dans une Europe qui commençait à s'intégrer, s'y trouvent-ils suffisamment à l'aise pour ne pas se poser trop de questions à son sujet.

ATTITUDES SUIVANT L'AGE



3°- L'instruction et le revenu.- Dans tous les pays de la Communauté, l'intérêt personnel pour l'Europe, le niveau d'information, la satisfaction devant les résultats obtenus et l'adhésion à l'unification augmentent avec le niveau d'instruction et avec le niveau de revenu, variables qui, on le sait, sont elles-mêmes en étroite corrélation.

L'information reste cependant très insuffisante, même dans les groupes qui jouissent du niveau d'instruction le plus élevé.

Dans quelle mesure cette attitude favorable et même très favorable des milieux les plus instruits et les plus riches exprime-t-elle une "conscience de classe", au sens marxiste du mot ? La réponse est moins aisée que certains pourraient le penser.

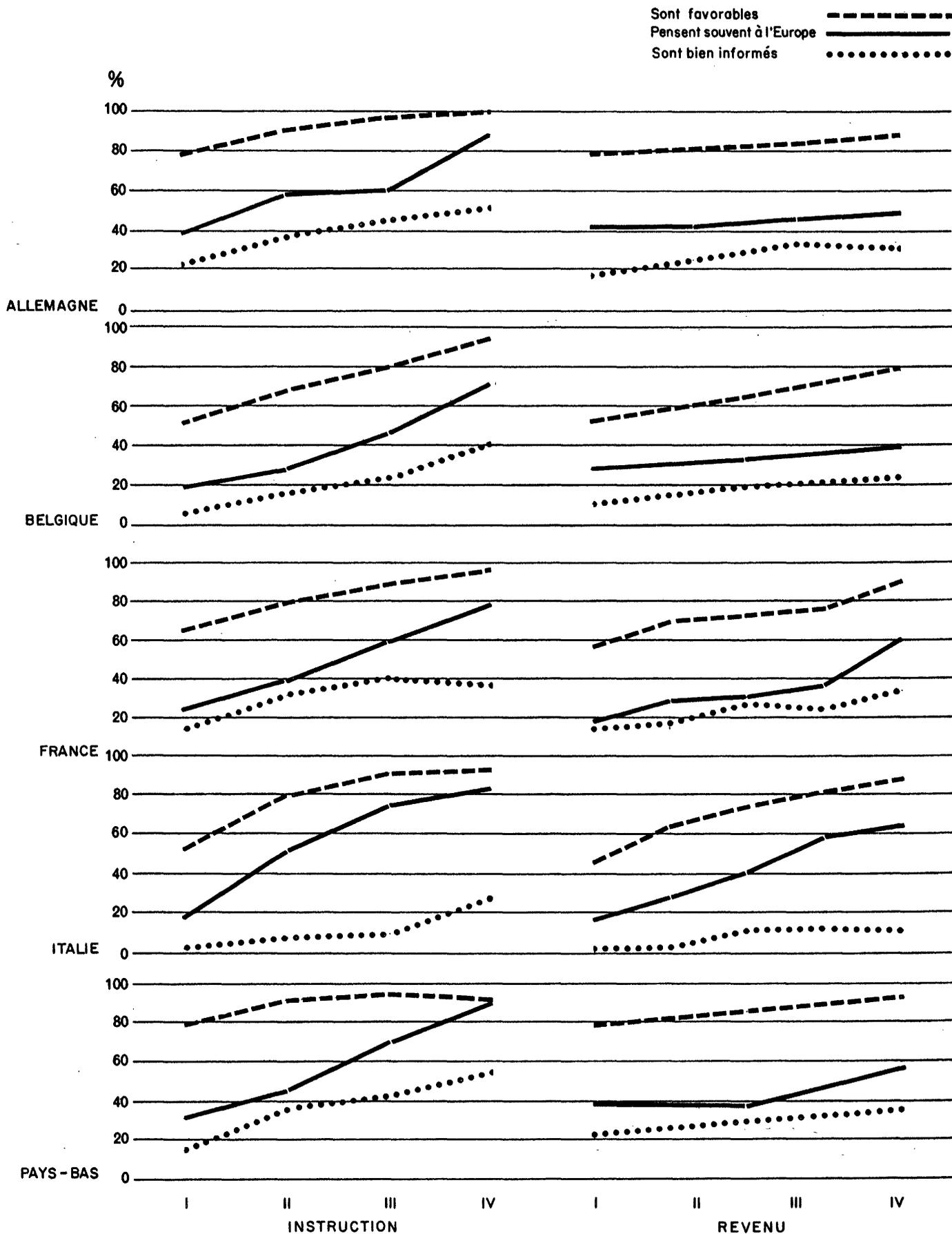
Même dans les milieux les moins riches et les moins instruits, on trouve, sauf en Italie, une majorité absolue en faveur de l'unification de l'Europe.

Même chez les sympathisants communistes, en France et en Italie, 69 %, et 52 % respectivement des personnes interrogées se prononcent en faveur de l'unification de l'Europe.

Conscience de classe ou pas, on peut supposer, et les recherches sur le comportement politique le confirment, que les milieux dirigeants de nos sociétés - et sans doute les milieux dirigeants de toute société - se sentent mieux intégrés socialement que les milieux moins favorisés et, de ce fait, s'intéressent plus à la politique, s'informent mieux et expriment avec plus de vigueur les grands thèmes de la conscience nationale. Or, l'unification de l'Europe, nous l'avons vu, est précisément dans chacun de nos pays, l'un des thèmes majeurs de la cristallisation du consensus national (1).

(1) "Et ce consensus est si fort que le parti communiste a cru devoir, au cours de l'année 1962, tempérer son hostilité à la Communauté économique européenne". P. FOUGEYROLLAS, op. cit., p. 271

ATTITUDES SUIVANT L'INSTRUCTION ET LE REVENU



4°- Le milieu socio-professionnel.- Dans la mesure où le statut professionnel est largement conditionné, dans nos sociétés, par l'instruction et le revenu, on ne sera pas surpris de constater que les industriels, les cadres supérieurs et les professions libérales se montrent, dans tous les pays de la Communauté, les plus informés et les plus favorables.

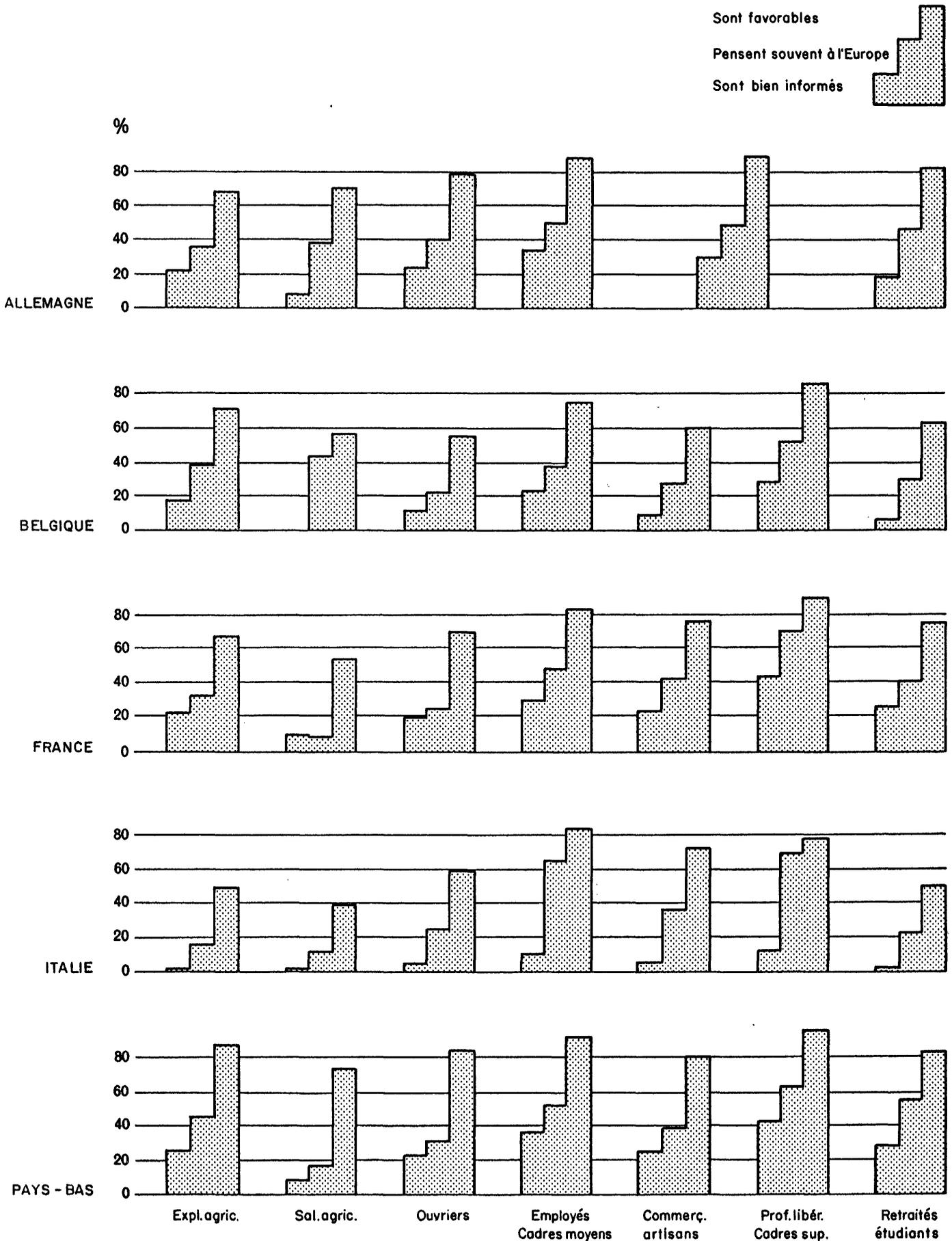
Ce groupe perçoit plus que d'autres les risques économiques que le Marché commun peut comporter pour l'activité de ses membres. Ceux-ci sont également plus sensibles aux risques d'inégalité entre pays et de perte de l'indépendance nationale, mais leurs attitudes sont très généralement favorables, avec une certaine réserve en Belgique, et s'appuient surtout sur des raisons d'économie nationale.

Les agriculteurs sont, ou plus exactement étaient en 1962, de tous les groupes professionnels les plus réticents à l'égard de l'Europe, mais ils ne vont jamais jusqu'à l'hostilité (11 % d'opposants parmi les agriculteurs en Allemagne, où ils sont les plus nombreux). Leur attitude est plutôt d'expectative.

Les commerçants et les artisans témoignent, dans l'ensemble, une adhésion plus large que les agriculteurs, mais ils sont plus réservés que les industriels, cadres et professions libérales, particulièrement en France. Leur niveau d'information est particulièrement faible.

Les milieux ouvriers, enfin, apparaissent comme plus indifférents, mais très peu nombreux sont ceux qui s'opposent à l'unification de l'Europe ou en dénoncent des résultats négatifs. Les ouvriers allemands et néerlandais sont nettement plus sensibilisés et favorables; les ouvriers français, belges et italiens plus réservés, sans toutefois être hostiles. Même en France et en Italie, pays qui comptent dans le milieu ouvrier une large fraction de votes d'extrême-gauche, six ou sept sur dix sont favorables à l'unification de l'Europe.

ATTITUDES SUIVANT LE MILIEU SOCIO-PROFESSIONNEL



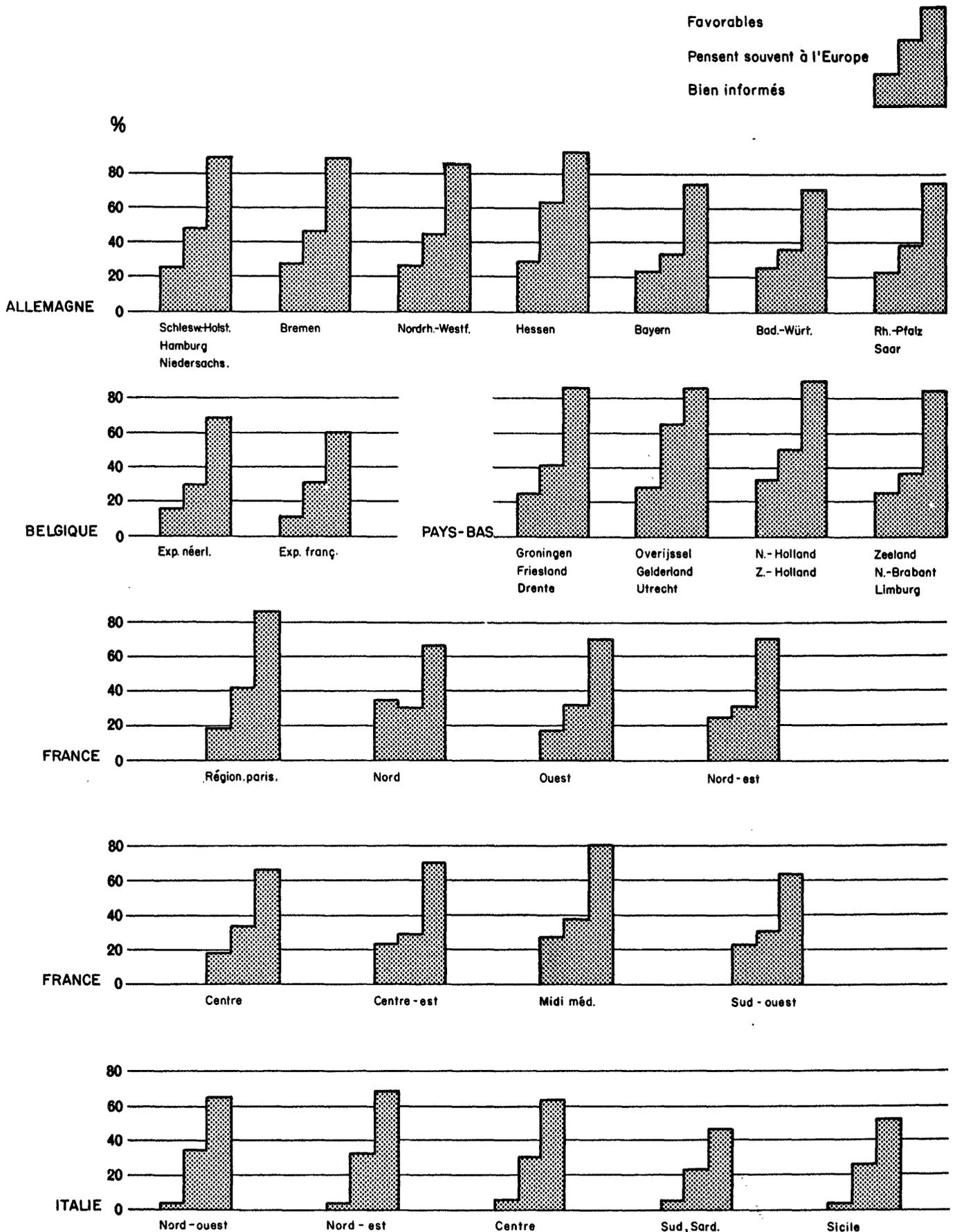
5°- Les régions et les provinces.- Les nuances des opinions à l'égard de l'Europe, d'une région ou d'une province à l'autre, sont généralement assez faibles, sauf en Italie où les régions méridionales sont très mal informées.

C'est aux Pays-Bas que l'opinion est la plus homogène. En Belgique, la zone d'expression néerlandaise est légèrement plus favorable à l'Europe, plus optimiste aussi en ce qui concerne les chances de la Belgique dans le Marché commun (région flamande : 46 %; région francophone : 32 %). Les Flamands sont beaucoup plus opposés que les Wallons à l'aide aux pays pauvres d'Europe et aux pays d'Afrique.

En Allemagne fédérale, le Schleswig-Holstein et Hambourg, d'une part, et la Hesse, d'autre part, sont mieux informés et plus favorables. Le "land" Rhénanie-Palatinat et la Sarre se singularisent par un taux d'abstention élevé.

En France, la région parisienne est particulièrement favorable, bien qu'elle ne soit pas mieux informée. Le Midi méditerranéen arrive au deuxième rang. Le Nord est la région française où le niveau d'information est le plus élevé et où la minotité hostile est la plus forte (13 %).

ATTITUDES SUIVANT LES REGIONS



6°- Consensus européen ou conscience politique européenne ?

Les auteurs du rapport de synthèse soulignent l'importance et l'originalité des résultats obtenus. Incontestablement, il y a dans tous nos pays une cristallisation des opinions, un consensus en faveur de l'intégration de l'Europe :

"A la lumière de ces résultats, on peut affirmer que les déclarations "pro-européennes" du public dans les six pays de la Communauté ne sont pas seulement des déclarations de principe. Il est tout à fait exceptionnel que des proportions aussi fortes de l'opinion se prononcent en faveur de mesures qui constituent une rupture avec la tradition." (1)

Mais justement nous devons nous poser la question de savoir dans quelle mesure le public est conscient que ces mesures constituent bien une rupture avec la tradition, ou avec certaines traditions.

Quelle est la consistance de cette quasi-unanimité, ou du moins de cette très large majorité, en faveur de l'unification de l'Europe, sachant que, sur six à huit citoyens favorables, il n'y en a peut-être que deux ou trois relativement bien informés, et même moins dans certains pays (Italie), certains milieux, certaines régions ?

Quelles sont, d'autre part, les motivations profondes de ces citoyens, sous les thèmes de sensibilisation que nous avons évoqués (sécurité, bien-être, progrès) et les centres d'intérêt que nous avons repérés (abolition des droits de douane, harmonisation des législations sociales, etc...) ? Se sentent-ils personnellement concernés ou se conforment-ils à un engouement, à une mode, qui ferait que l'on est aujourd'hui "Européen", comme l'on est démocrate ou partisan du progrès ?

(1) Sondages, op. cit., p. 24.

Comment se forment ces attitudes, dans une situation donnée, et notamment quelle est l'influence des idéologies et des représentations du passé, du présent et de l'avenir de l'Europe, des relations entre ses peuples et des relations avec le reste du monde ? L'image, par exemple, est-elle plutôt celle d'une Europe protectrice, voire protectionniste, ou d'une Europe messagère, voire aventureuse ? Est-elle à dominante économique-culturelle (bien-être et loisir, dans un espace sans frontière) ou à dominante politique (destin partagé, dans une communauté supranationale capable de peser par son pouvoir et son influence dans un monde qui est lui-même en transformation) ? Nous voyons-nous comme des producteurs et des consommateurs européens ou déjà comme des citoyens ou de futurs citoyens européens ?

Au niveau des grands débats politico-idéologiques, ces problèmes sont souvent posés, comme autant de contradictions que relevait naguère le Doyen VEDEL : "Petite Europe" ou "Grande Europe", "Europe ouverte" ou "Europe protégée", "Europe des affaires" (ou des technocrates) ou "Europe des peuples", "Marché commun" ou "Communauté politique" etc... Mais ils le sont dans la plus extrême confusion et sans que personne ait jamais entrepris d'inventorier et d'évaluer les multiples images et significations de la notion "Europe" chez les Européens, notamment chez les dirigeants, les notables, les militants, les hommes de pouvoir ou d'influence, à quelque groupe social qu'ils appartiennent. L'Europe est peut-être comme le suggère Stanley HOFFMANN, "une divinité dont la signification varie pour chacun de ses croyants". (1)

Immense est le champ d'étude ouvert à la psychologie sociale, si la recherche trouve les moyens de ses ambitions. Sans anticiper sur les résultats de travaux qui devront bien être entrepris, nous devons être très prudents dans nos conclusions.

(1) Le silence de l'Europe. Esprit, décembre 1964, pp. 917-918.

Il nous semble que le public, même favorable à l'idée ou aux éléments fragmentaires d'une politique d'intégration, ne distingue pas clairement la différence de nature entre une Europe des Etats et une Europe fédérale (1). Plusieurs sondages ont montré que l'enthousiasme du public diminue fortement lorsque la notion d'Europe, d'unification, d'Etats-Unis d'Europe vient à être précisée au cours des enquêtes d'opinion.

Par exemple, en 1952, neuf Néerlandais sur dix se déclaraient déjà favorables à une étroite coopération entre les nations de l'Europe de l'Ouest, tandis que seulement 35 % étaient favorables à ce que l'Europe de l'Ouest devienne une nouvelle nation dont la Hollande ne serait plus qu'une sorte de province (2).

En 1957, huit Allemands, six Français et six Italiens sur dix s'exprimaient en faveur des efforts faits pour unir l'Europe occidentale, mais seulement cinq Allemands, quatre Italiens, trois ou quatre Français étaient en faveur d'une fédération politique de l'Europe occidentale dans laquelle l'autorité suprême appartiendrait à un gouvernement commun.

Notons toutefois que, dans chacun de ces pays, la différence entre les deux attitudes était moindre dans la classe socio-économique supérieure que dans l'ensemble de la population et que, dans cette classe supérieure, la majorité était favorable à la fédération politique.

(1) En juin 1962, moins d'un Français sur deux voyait une différence entre Europe des Etats et Europe intégrée. Cf. Sondages, n° 1 - 1963, p. 91.

(2) Sondages, n° 1 - 1963, p. 38 et n° 1 - 1963, p. 24

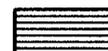
UNITE DE L'EUROPE OU FEDERATION POLITIQUE EUROPEENNE

E Ensemble

CS Classe supérieure

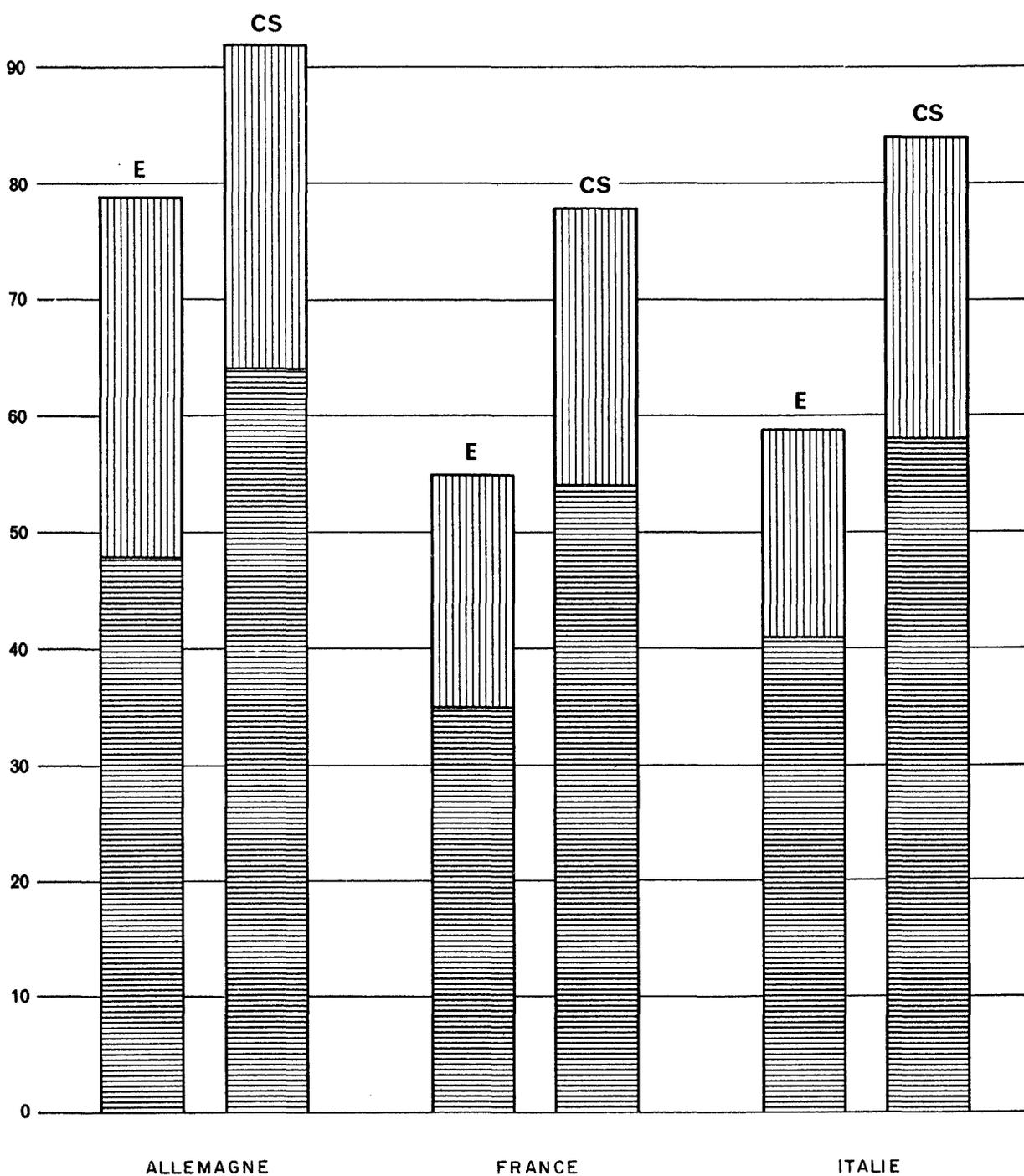
Pour l'unité

Pour la fédération



%

100



	Pour l'unité de l'Europe	Pour une fédération politique européenne
	%	%
Allemagne (R.F.)		
Classe supérieure	92	64
Ensemble	79	48
France		
Classe supérieure	78	54
Ensemble	55	35
Italie		
Classe supérieure	84	58
Ensemble	59	41

Source : Attitudes toward European Union. U.S. Information Agency. Ang. 12-1957.

Rien ne permet de supposer que ces attitudes se soient sensiblement modifiées depuis 1957 : un sondage effectué en France en juin 1962 donnait encore 38 % des citoyens en faveur d'un gouvernement européen, 27 % contre et 35 % sans opinion; le nombre des opinions favorables s'était très légèrement accru, mais celui des opinions hostiles avait augmenté beaucoup plus; il y avait moins d'indécis (1).

Mais peut-être ces questions sont-elles trop abstraites et dénuées de signification pour le grand public. Une enquête toute récente, effectuée en France auprès des jeunes garçons de quatorze à vingt ans, a montré que six sur dix seraient disposés à faire leur service militaire dans une armée européenne, sous les ordres

(1) Sondages, n° 1 - 1963, p. 92

de chefs militaires français, aussi bien qu'italiens, allemands, belges, luxembourgeois ou hollandais (1). Après tout, c'est bien là un test d'intégration...

2. CE QUE LES EUROPEENS PENSENT LES UNS DES AUTRES

Le consensus européen, la conscience européenne, ne consiste pas seulement en attitudes à l'égard de l'intégration, de ses objectifs, de ses modalités et de ses premiers résultats, mais aussi en attitudes des peuples les uns vis-à-vis des autres. Certes, les deux types d'attitudes sont étroitement liés, et nous avons vu, à propos des risques du Marché commun, que très rares étaient les personnes interrogées qui exprimaient une méfiance, une crainte ou une hostilité à l'égard d'un autre pays de la Communauté. Il n'en reste pas moins intéressant, ne serait-ce qu'à titre de recoupement, de rechercher comment les habitants des divers pays voient ceux des autres pays et surtout dans quelle mesure l'image que les autres se font de nous est différente de celle que nous nous faisons de nous-mêmes.

Sur tous ces problèmes, l'enquête du Reader's Digest, Products and People, apporte quelques lumières (2).

1°- Qui connaît qui ?

Une première question avait pour objet de déceler, parmi neuf pays nommément désignés (France, Allemagne, Italie, Pays-Bas, Belgique, Grande-Bretagne, Suède, Japon, Etats-Unis) quels sont ceux qui sont les plus familiers aux Français, aux Allemands, aux Italiens, aux Néerlandais, aux Belges, aux Luxembourgeois et aux Britanniques, soit qu'ils les aient visités, soit qu'ils en aient entendu parler

(1) Enquête de l'Institut français d'Opinion publique. Citée par Le Figaro, 30-31 janvier 1965.

(2) Voir notre étude "Comment les peuples européens se voient et voient les autres". Revue de Psychologie des Peuples, Le Havre, n° 1-1964, pp. 22-32.

ou qu'ils aient lu quelque chose à leur sujet, soit encore qu'ils en achètent les produits.

Sans entrer dans le détail, on notera avec intérêt que, dans les pays de la Communauté européenne, les relations de familiarité du public avec les autres pays de la Communauté, ou du moins avec la plupart d'entre eux, sont plus intenses qu'elles ne le sont avec la Grande-Bretagne, la Suède, le Japon et les Etats-Unis. En revanche, en Grande-Bretagne, les relations de familiarité avec les Etats-Unis sont plus intenses qu'avec les pays de la Communauté européenne.

Le sociogramme, pour parler comme MORENO, montre entre les six pays de la Communauté une forte cohésion groupale.

LA FAMILIARITE AVEC D'AUTRES PAYS (1)

	France	Allemagne	Italie	Pays-Bas	Belgique	Luxembourg	Grande-Bretagne
% qui se disent plus familiers avec :	%	%	%	%	%	%	%
la France	-	43	26	12	49	79	31
l'Allemagne	29	-	20	56	26	82	31
l'Italie	32	51	-	9	6	34	18
les Pays-Bas	8	37	4	-	16	19	9
la Belgique	29	16	5	17	-	49	8
la Grande-Bretagne .	17	28	9	12	4	24	-
la Suède	4	19	3	3	2	7	8
le Japon	4	11	3	2	1	2	7
les Etats-Unis	14	34	21	14	7	18	44
aucun de ces pays ..	23	12	10	17	26	3	4

(1) D'après Products and People.

2°- Comment nous voyons-nous ?

Chaque personne, chaque ethnie, chaque nation se forme une image d'elle-même, ce que l'on appelle un stéréotype, c'est-à-dire un jugement tout fait, coloré d'affectivité et pseudo rationnel, d'origine sociale et trouvant le plus souvent cette origine dans la profondeur historique du psychisme collectif.

En règle générale, hommes et peuples se forment une image assez avantageée d'eux-mêmes : ils majorent leurs qualités et sous-estiment leurs défauts, c'est-à-dire ce qui, dans une culture donnée, est réputé qualité ou défaut.

Les peuples européens n'y manquent pas. L'enquête du Raeder's Digest le montre. Les Allemands soulignent leur propension du travail et leur dynamisme. Néerlandais et Belges s'attribuent les mêmes qualités, mais un sur cinq parmi ces derniers confesse aussi son côté bon vivant, tandis que plus de la moitié des premiers insistent sur leur loyauté. Les Italiens se voient comme romanesques, gais et amoureux. Quant aux Français, ils mêlent harmonieusement dans l'image qu'ils se font d'eux-mêmes, l'amour du plaisir et la gaieté avec le goût du travail et la sens du devoir.

Or, à quelques colorations près, l'image que les autres peuples européens se forment de chacun d'eux n'est pas très différente de celle que chacun se forme de lui-même. Elle est seulement un peu moins indulgente.

Le goût du travail, qui apparaissait au premier rang en Allemagne, aux Pays-Bas, en Belgique, et au deuxième rang en France, est généralement relégué plus loin.

En revanche, la froideur ou, au contraire, le côté Don Juan ou quelque autre trait peu flatteur de l'imagerie puritaine ou de l'imagerie latine, monte en grade dans l'évolution que les peuples font des qualités et des défauts des autres, donnant une coloration

différente à l'hétéro-stéréotype par rapport à l'auto-stéréotype. Par exemple, les Belges sont vus par leurs voisins néerlandais en termes plus latinisés qu'ils ne se voient eux-mêmes : le goût du travail et le dynamisme qu'ils s'attribuent se transforment, vus du Nord, en amour des plaisirs, gaieté et même frivolité. A l'inverse, les Néerlandais se voient comme travailleurs et dignes de confiance, tandis que les Belges accusent leur froideur.

En définitive, et sans vouloir tirer de cette enquête expérimentale plus que des thèmes de réflexion et des hypothèses de travail, on peut conclure qu'il n'y a pas - et sans doute qu'il n'y a plus - de différence importante entre nos images sur nous-mêmes et les images que les autres se font de nous (1).

Mieux, on peut se demander, mais seulement des études plus approfondies pourraient apporter une réponse, si les différences entre auto-stéréotypes et hétéro-stéréotypes ne sont pas souvent plus grandes entre régions d'un même pays que de pays à pays.

La lecture des annonces matrimoniales dans les grands journaux de l'Italie du Nord, qui excluent parfois explicitement les Méridionaux de l'espace où la demande pourrait s'accorder à l'offre, ou bien encore une observation attentive de certains problèmes socio-linguistiques incitent à poser prudemment la question ...

+

+

+

(1) Rien ne paraît justifier, dans l'état actuel de nos connaissances, la réflexion de Stanley HOFFMANN suivant laquelle "plus les sociétés européennes deviennent semblables dans leurs structures sociales et économiques, plus chaque société nationale semble renforcer ses particularités".
Le Silence de l'Europe. Esprit, novembre 1964, p. 735.

De toutes ces enquêtes, pour imparfaites ou insuffisantes qu'elles soient, on ne saurait tirer des conclusions définitives, mais seulement des hypothèses de travail qui devraient être confirmées par des recherches plus approfondies, mais qui déjà peuvent servir de guide pour l'action.

L'Europe n'est pas faite, mais elle se fait. L'intégration n'apparaît pas seulement dans la situation économique-sociale ni dans le fonctionnement d'institutions, mais aussi - pourrait-il d'ailleurs en être autrement ? - dans les attitudes. Une conscience européenne, au sens où il y a des consciences nationales, d'ailleurs elles-mêmes plus ou moins anciennes, plus ou moins cohérentes et stables, n'existe pas encore, mais elle se forme. Déjà existe un consensus européen, particulièrement entre les six pays de la Communauté, un consensus assez vague, insuffisamment motivé et peut-être fragile, mais un consensus réel qui nous paraît être à la fois, dès maintenant, un résultat de l'intégration et un facteur de développement, d'approfondissement, de la communauté européenne en voie de politification.

Quatrième partie

ESQUISSE D'UNE POLITIQUE COMMUNE

DE L'INFORMATION ET DE L'EDUCATION EUROPEENNES

Les traités européens - traité de Paris, instituant la Communauté Charbon-Acier, et traité de Rome, instituant la Communauté économique européenne et l'Euratom - ne prévoient nulle part, explicitement, l'établissement d'une politique européenne de l'information, ni même d'une politique commune de l'information européenne, c'est-à-dire d'une politique limitée dans son objet, qui laisserait subsister de très larges compétences nationales ou régionales. Mais plusieurs dispositions des préambules de ces traités laissent apercevoir la nécessité d'une telle politique :

- le traité instituant la Communauté économique européenne, dans les premières lignes de son préambule, déclare que les chefs des six Etats signataires sont déterminés "à établir les fondements d'une union sans cesse plus étroite entre les peuples européens" et décidés "à assurer par une action commune le progrès économique et social de leur pays en éliminant les barrières qui divisent l'Europe";

- le traité instituant la C.E.C.A., de son côté, parle de fonder "par l'instauration d'une communauté économique les premières assises d'une communauté plus large et plus profonde entre les peuples longtemps opposés par des divisions sanglantes" et de jeter les bases "d'institutions capables d'orienter un destin désormais partagé".

Quelque solennel que soit le style et sans même ici prendre en considération ce que pourrait être l'agencement institutionnel d'une Communauté politique européenne (confédération ou fédération), il paraît évident qu'une "union sans cesse plus étroite entre les peuples", qu'une "élimination des barrières qui divisent l'Europe", que "l'instauration d'une communauté plus large et plus profonde",

que la prise de conscience d'un "destin désormais partagé" exigent, dans le cadre des traités ou en dehors de ce cadre, l'élaboration progressive d'une politique communautaire de l'information, tant pour les Européens eux-mêmes que pour faire connaître et si possible apprécier la Communauté à l'extérieur.

Le Parlement européen s'est préoccupé de ces problèmes à plusieurs reprises et, certes, les autres institutions aussi, notamment à l'occasion de débats budgétaires. On ne peut pas dire qu'elles y aient consacré l'attention qu'ils méritent. Il est caractéristique, à ce sujet, que les ministres ou secrétaires d'Etat responsables de l'information gouvernementale dans chacun des six Etats membres ne se soient encore jamais réunis, non plus que les ministres chargés de l'éducation nationale et des problèmes de jeunesse, pour échanger leurs vues, entre eux et avec les responsables des institutions européennes (1).

En attendant que le temps soit venu pour de telles réunions, en vue de l'élaboration d'une telle politique, les institutions de la Communauté européenne s'efforcent d'agir par suppléance. Cette tâche incombe plus particulièrement aux Exécutifs (Commission du Marché commun et d'Euratom, Haute Autorité de la C.E.C.A.) qui, avant même d'être fusionnés, ont constitué un service commun d'information. Ils ont, en ce domaine, bénéficié dès l'origine d'un très large appui de la part du Parlement européen et, plus récemment, du Conseil des Ministres.

Il serait fastidieux de détailler longuement ici l'organisation, les moyens et les modalités d'action de ce service. Bornons-nous aux grandes lignes.

(1) Les chefs des services de presse et d'information des six ministres des Affaires étrangères se réunissent, de temps à autre, pour des échanges de vues avec les services compétents des Communautés.

1. OBJECTIFS

Chacun des Etats affecte des moyens considérables à l'information de ses citoyens, et souvent des moyens encore plus importants à l'information des habitants des autres pays, sous les formes les plus diverses, y compris l'expansion commerciale, touristique, culturelle, etc... En outre, chaque nation bénéficie, ainsi que nous l'avons vu, de la notoriété d'une existence historique qui se mesure en siècles et de tout un appareil de conditionnement psychosocial, dont l'école et l'armée constituent les principaux instruments.

Les institutions européennes, fondées par l'accord des Etats qui en sont membres, doivent s'efforcer de profiter de tous ces moyens et, dans la limite assez étroite de leurs possibilités actuelles, susciter des initiatives, nouer des coopérations et agir par elles-mêmes pour atteindre un double objectif qu'un rapport du Parlement européen avait, dès 1960, clairement explicité :

- un objectif immédiat qui est de faire connaître leurs activités, à l'intérieur et à l'extérieur des six pays, et d'éveiller à leur sujet intérêt et compréhension;

- un objectif à long terme, qui est d'éveiller chez les citoyens des six pays une nouvelle façon de penser et d'agir, une conscience européenne, grâce à laquelle les peuples de ces Etats en voie d'union pourront exercer d'une façon de plus en plus efficace leurs responsabilités démocratiques (1).

Or ces institutions sont handicapées au départ par toute une série de facteurs :

1°- Le processus d'intégration est récent et l'image de sa réalité ne se dégage qu'avec peine de l'imagerie nationale ou des

(1) Rapport sur les problèmes de l'information dans les Communautés européennes, par M. W.J. SCHUIJT, doc. 89 du Parlement européen, 18 novembre 1960.

représentations idéologiques d'un internationalisme aussi généreux que vague.

2°- Les modalités et résultats les plus apparents de l'intégration européenne, ressortissant au domaine économique, revêtent de ce fait un caractère assez technique, mettent en jeu des institutions nombreuses et complexes, hérissées d'initiales ésotériques d'où l'absence d'images nettes, de visages personnalisés, de symboles aux résonances affectives, auxquels le psychisme populaire pourrait s'attacher. Ces institutions n'ont ni héros ni martyrs - ou du moins ils sont obscurs ... Comme le remarquait un jour le Président HALLSTEIN, elles n'ont pas d'emblèmes, pas de drapeau, pas d'hymne, pas de parades et pas de souverain (1). Or l'on sait le rôle puissant que jouent, dans l'intégration d'une société, ce que Léo MOULIN appelle "les liturgies nationales".

3°- Les attitudes suscitent des comportements et des conduites. Mais ceux-ci à leur tour fortifient les attitudes. Or la participation des citoyens à l'intégration européenne est indirecte et voilée : en tant que citoyens de l'Europe naissante, ils n'ont pas même le droit de vote.

4°- L'appareil de conditionnement psycho-social ressortit à peu près exclusivement au cadre national, qu'il s'agisse d'enseignement (pensons à l'enseignement de l'histoire et de la géographie), d'éducation générale et notamment civique, ou d'information : ce sont les gouvernements ou des puissances plus ou moins étroitement contrôlées par eux qui orientent, soutiennent et parfois sanctionnent la presse, la radio, la télévision, les actualités cinématographiques, etc... Feu Jacques KAYSER parlait non sans raison des "convenances non-écrites d'une auto-censure suggérée".

(1) Allocution pour le cinquième anniversaire de la signature du Traité de Rome. Assemblée parlementaire européenne, 29 mars 1962.

5°- Qui plus est, les ressources mêmes des Institutions européennes sont actuellement, sauf pour la C.E.C.A., octroyées par les Etats membres, c'est-à-dire par les gouvernements, c'est-à-dire par les ministères des Finances. L'attitude de ces gouvernements et même de ces ministères n'est certainement pas négative, du moins ne l'est pas continûment ni unanimement, mais elle est souvent réticente et soupçonneuse.

C'est dans ce contexte historique, politique et administratif que sont prises les décisions qui permettent de réunir et d'utiliser les moyens qui seraient nécessaires pour atteindre les objectifs précités en matière d'information européenne. Ceci nécessite quelque ingéniosité et beaucoup de persévérance, en attendant qu'à un stade ultérieur de l'intégration des moyens beaucoup plus larges puissent être mis en commun et que l'on puisse alors véritablement parler d'une politique commune de l'information.

2. ORGANISATION

L'organisation du service d'information des Communautés européennes est très simple. Il fonctionne sous la responsabilité politique d'un Conseil d'Administration, en étroite collaboration avec les Porte-Parole de chacun des trois Exécutifs européens, qui ont la responsabilité d'authentifier les communications quotidiennes au public, et de façon assez comparable au Central office of Information du Gouvernement britannique ou au Presse- und Informationsamt du Gouvernement allemand, mais avec des moyens beaucoup plus réduits.

Cette organisation comprend :

a) des bureaux extérieurs, dans les Etats membres autres que la Belgique et le Luxembourg où sont installés les services centraux, c'est-à-dire à Bonn, La Haye, Paris et Rome, et dans certains autres pays, c'est-à-dire actuellement à Londres, Genève, Washington et New York, et bientôt, pour l'Amérique latine, à Montevideo;

b) des services centraux, articulés eux-mêmes en divisions spécialisées par technique d'information - les publicitaires parleraient de divisions "Media" : Publications, Radio-Télévision-Cinéma, Foires-Expositions, et en divisions spécialisées par milieu : syndicalistes et milieu ouvrier, agriculteurs et milieu rural, universitaires et milieux de jeunesse et d'éducation populaire, pays d'outre-mer associés à la Communauté (Afrique, Madagascar); enfin une division des Affaires générales.

3. MOYENS

Cette organisation comprend un effectif total de 120 fonctionnaires, dont 49 qu'il est convenu d'appeler "de direction ou de conception" : 20 dans les bureaux extérieurs et 29 dans les services centraux.

Le budget total pour 1965 est de 179 millions de francs belges, soit environ 1 FB par habitant des Etats membres, dont 90 millions pour l'activité proprement dite et 89 pour le personnel et le fonctionnement administratif.

Ces chiffres peuvent paraître élevés, mais doivent être comparés avec d'autres pour prendre leur signification :

- le Central office of Information du Gouvernement britannique compte dix fois plus de fonctionnaires et dépense trois ou quatre fois plus d'argent;

- le Bundespresseamt du Gouvernement allemand a cinq fois plus de fonctionnaires et cinq ou six fois plus de crédits;

- la U.S. Information Agency, dont les activités sont exclusivement extérieures aux Etats-Unis, compte cent fois plus d'agents (12 000) et quarante fois plus d'argent (143,8 millions de dollars en 1965);

- les renseignements sur l'Union soviétique ne sont pas disponibles...

4. ACTIVITES

Sans détailler ici les activités d'information des Communautés européennes, nous voudrions montrer quelques-unes des options qui se posent à ce sujet.

1°- Option géo-politique

Faut-il développer en priorité l'information des Européens dans les six pays de la Communauté ou l'information sur l'Europe et la Communauté dans les pays qui n'en font pas partie, mais qui sont néanmoins intéressés, parfois inquiets et même critiques, à l'égard de l'intégration européenne ?

En fait, jusqu'ici, l'effort a été principalement orienté vers l'intérieur de la Communauté, ce qui s'explique aisément, puisque ce sont d'abord les peuples des six pays qui doivent prendre conscience de l'intégration, en comprendre les objectifs et la signification, s'y adapter, en contrôler le processus et en orienter le développement à long terme. Pas d'Europe démocratique sans information des citoyens et futurs citoyens de l'Europe.

Actuellement, les deux tiers environ du montant total des crédits d'information portent sur des dépenses effectuées à l'intérieur de la Communauté. Toutefois, le développement des relations de la Communauté avec le reste du monde, les effets réels, supposés, attendus ou redoutés de l'intégration dans certains pays ou continents vont entraîner une augmentation relative des actions et des dépenses à l'extérieur : pays associés d'Europe et d'Afrique, Royaume-Uni et Commonwealth, Etats-Unis d'Amérique et Amérique latine, etc... (1).

(1) Les trois derniers bureaux créés l'ont été à Genève, New York et Montevideo.

Mais l'activité à l'intérieur de la Communauté, suivant les décisions qui ont été prises, ne devra pas être pour cela diminuée.

2°- Option socio-politique

Quels milieux toucher en priorité et, à l'intérieur de chaque milieu, quelle importance attribuer à l'information des masses et à celle des leaders d'opinion ?

Le problème est des plus complexes, car tous les milieux, dans nos sociétés, sont en intercommunication et, nous l'avons vu, une action efficace sur les masses passe nécessairement par une action sur les groupes et les milieux les plus intégrés, et notamment par une action sur les leaders d'opinion, sur les personnes influentes.

Les choix ont été, au début, assez empiriques, mais ni la théorie ni l'expérience ne semblent en contester le bien-fondé.

Le milieu de la presse et des autres moyens d'information collective a été, bien entendu, le premier visé. Toute organisation, nationale ou internationale, publique ou privée, agit ainsi. Mais très vite, des efforts particuliers ont été entrepris pour intéresser, à l'intérieur de la Communauté, certaines catégories de la presse : presse régionale, presse périodique spécialisée (publications pour la jeunesse, publications féminines, etc...). C'est ainsi, par exemple, qu'a été stimulée la création de l'Association européenne des éditeurs de publications pour la jeunesse (Europress junior), de l'Association européenne des éditeurs de la presse périodique d'information féminine ou familiale (Europress familia.), de l'Association des journalistes européens, etc...

En même temps que le contact était maintenu avec la masse du public, par l'intermédiaire de ces grands moyens d'information collective, des actions en profondeur étaient engagées dans quatre milieux qui ont paru être d'une importance stratégique :

a) les milieux syndicaux et ouvriers, qui ont atteint un certain degré d'organisation, qui étaient et qui sont encore parfois en butte à certaine propagande hostile à l'intégration et qui, dans nos sociétés, jouent un rôle important dans la vie sociale et politique;

b) les milieux agricoles et ruraux, en raison de leur importance numérique, du moindre développement économique, social, culturel qui les caractérise encore dans certaines régions, malgré l'émergence d'une nouvelle génération; en raison, enfin, de la complexité des problèmes posés par l'élaboration d'une politique agricole commune et du rôle déterminant de cette politique dans le processus d'intégration;

c) les milieux universitaires, en raison du prestige qui s'y attache généralement, du rôle qu'ils jouent dans la formation des futures élites et de cette sorte de légitimité qu'ils confèrent - parfois, hélas !, "post-mortem" - aux sujets qu'ils étudient et dont ils font matière d'enseignement;

d) enfin les milieux de jeunesse et d'éducation populaire, c'est-à-dire l'enseignement primaire, secondaire, technico-commercial, et les multiples organisations de jeunesse et d'adultes à vocation éducative.

Ces priorités ne sont pas exclusives d'autres actions d'information et de formation, notamment dans les milieux du commerce et de l'industrie, les professions libérales, les fonctionnaires, les militants et dirigeants politiques, et notamment les militants européens, qu'ils soient d'anciens combattants de l'Europe unie ou de nouveaux venus.

Dans chacun de ces milieux, le problème est d'abord de déterminer correctement les pôles d'intérêts et les sujets de préoccupations, d'une part, les personnalités influentes et les réseaux de communication, d'autre part. Grosso modo, 80 % des efforts d'information et de formation sont portés sur les leaders .

3°- Options techniques

Reste le choix des moyens : publications, radio, télévision, etc..., et pour une même catégorie de moyens le choix des opérations. C'est ce que les publicitaires appellent la combinaison des media et la combinaison des supports.

En ce domaine, la recherche d'un optimum d'efficacité technique (nombre de personnes atteintes par rapport au nombre de personnes visées) et de productivité économique (maximum d'effet par unité monétaire dépensée) est un mythe nécessaire. Il n'est pas sûr que le problème ait une solution, ni même une signification, dans l'état actuel de nos connaissances et singulièrement lorsqu'il s'agit, non plus de vendre des crèmes glacées ou des calorifères, mais de modifier les attitudes socio-politiques d'une société. En effet, on n'atteint jamais exactement le même public en utilisant des moyens différents, et l'on est alors renvoyé au problème du choix des publics. D'autre part, à supposer qu'on puisse atteindre un même public ou des publics semblables par des moyens différents la comparaison des effets produits est, en dehors des expériences de laboratoire, extrêmement délicate. On sait seulement que les moyens audio-visuels captent mieux l'attention du grand public et des milieux moins cultivés, éveillent l'intérêt et peuvent susciter la sympathie en faveur de notions simples et personnalisées, tandis que les moyens écrits sont mieux appréciés par les personnes plus instruites, permettent une argumentation rationnelle, notamment dans l'exposé de problèmes plus complexes et sans doute fixent durablement les attitudes. Pour les milieux très évolués, déjà sensibilisés et intéressés, considérés comme influents, rien ne remplace la discussion en petits groupes.

En réalité, tous les experts sont d'accord pour recommander l'emploi combiné de ces différents moyens, qui se complètent et se renforcent l'un l'autre, suivant une stratégie qui dépend des objectifs fixés, de la nature des messages à communiquer, des personnes et milieux à atteindre et du budget disponible.

Dans la pratique, le service d'information des Communautés affecte environ 35 % de ses crédits d'activités à l'édition des moyens écrits (magazines, brochures et documents), publiés par ses soins ou sous son contrôle direct. La part des moyens audio-visuels est de l'ordre de 10 %, mais il s'agit en majeure partie de stimuler des initiatives et des coopérations extérieures, plutôt que de produire directement. Les foires et expositions comptent pour 12 % environ. Tout le reste, soit un peu plus de 40 %, est affecté à une information directe de cadres dirigeants et de leaders d'opinion : stages de formation, coopération avec des organisations syndicales, éducatives, etc...

Toutes ces actions sont engagées et développées sous les contrôles institutionnels prévus par les Traités. Elles se situent dans un continuum d'opérations dont les unes, pourrait-on dire, sont très proches des techniques publicitaires, tandis que les autres relèvent des techniques éducatives.

Mieux encore : même lorsque les techniques sont celles de la publicité ou du journalisme vulgarisateur, l'objectif et l'éthique sont de caractère éducatif. Cette action refuse les facilités et les dangers de la propagande, c'est-à-dire l'effet de domination psycho-sociale, l'imposition d'un jugement tout fait. Elle recherche et souvent organise la communication réciproque, c'est-à-dire, au sens philosophique du mot, le dialogue.

+

+

+

C O N C L U S I O N =====

Toute cette action, entreprise par les Institutions européennes, est, nous l'avons dit, une action de suppléance. Après tout, ces institutions auraient pu se borner, comme tant d'organisations internationales disparues ou existantes, à constituer un service

de presse chargé de diffuser des communiqués avantageux. Si elles ont formé un dessein plus ambitieux c'est parce que, fidèles aux intentions de leurs fondateurs et à l'esprit des traités, elles ont considéré et considèrent que la libre circulation des marchandises et des personnes, dans un espace économique où les douanes intérieures auront bientôt disparu, ne constitue qu'une étape de l'intégration européenne. En ce sens, le Marché commun est déjà beaucoup plus qu'une union douanière, la Communauté européenne est beaucoup plus que le Marché commun et cette Communauté elle-même ne sera pas achevée le 31 décembre 1969, lorsque viendra à son terme la période de transition prévue par le Traité de Rome.

Le Président HALLSTEIN et ses collègues aiment à souligner que, déjà, l'unification économique et sociale de l'Europe constitue une partie de l'unification politique. Certes, et une partie importante, comme maints exemples le montrent. Mais la constitution d'un pouvoir politique européen n'est pas déterminée par l'intégration économique et sociale; elle est seulement conditionnée, facilitée, rendue plus urgente. Elle exigera des décisions spécifiques des acteurs politiques, c'est-à-dire des gouvernants et des citoyens. Elle serait hautement facilitée par un effort cohérent et continu d'information et d'éducation de ces citoyens, effort que les gouvernements devraient entreprendre sans tarder, s'ils étaient vraiment décidés à aller de l'avant dans la voie de l'intégration politique de l'Europe.

Cité, citoyens, civisme. Le rapprochement de ces trois mots n'est pas seulement étymologique. Il n'est de cité sans citoyens, et l'attitude du citoyen envers sa cité est précisément le civisme. Non point l'attachement ou la fidélité à un gouvernement qui peut être éphémère. Non point la loyauté envers un régime, qui n'est, après tout, que le respect des règles du jeu politique, dans une communauté donnée, à un moment donné. Mais l'acceptation lucide et consciente de l'appartenance à une communauté politique et, au plus haut degré, la participation à la défense et au progrès de cette communauté, située elle-même, non comme un absolu,

mais comme un moyen irremplaçable pour chaque homme d'assumer sa condition, d'épanouir librement sa personnalité, parmi la multitude de ses semblables, en un moment donné de l'histoire de l'humanité (1).

Voilà bien des grands mots. Certes, mais donnant toute sa signification à une réflexion sur "l'information des Européens et l'intégration de l'Europe".

Nous avons assisté, comme beaucoup d'étudiants de cet Institut d'Etudes Européennes, à la magnifique conférence qu'y a récemment donnée le Doyen VEDEL.

Aux contradictions de l'Europe qu'il a analysées, nous avons conscience d'en avoir ajouté une : l'Europe n'est pas encore une Cité, mais déjà elle a besoin de citoyens.

Et puisqu'il a conclu à la nécessité, pour les Européens, qui se sont trop battus naguère, de se disputer plus activement dans l'élaboration d'un grand projet, retenons celui-ci : qui que vous soyez, quoi que vous fassiez dans vos activités professionnelles, civiques et politiques, souvenez-vous qu'il n'y aura pas d'Europe unie sans citoyens conscients, donc informés. Quelles que soient les responsabilités du pouvoir en ce domaine, elles ne peuvent décharger les citoyens de leur responsabilité propre.

Europe des gouvernements associés ou Europe des citoyens actifs ? Qui doit commencer ? Nous ne pensons pas que cela soit un cercle vicieux, mais soyons sûrs que, pour chacun de nous, cela peut être posé comme une alternative. A chacun de choisir, sans attendre que les gouvernements aient eux-mêmes choisi.

-:-:-:-:-:-:-

(1) Cf. J.W. LAPIERRE, Pour une sociologie du civisme, Revue Res Publica, Bruxelles, Vol. V. 1963-2