

*LES ELECTIONS LEGISLATIVES DE JUIN 1981 :
REFLEXIONS SUR UNE ENQUETE AUDIOVISUELLE*

Depuis quelques années, l'historien s'est familiarisé avec l'histoire orale. Le magnétophone est devenu un de ses outils de travail et les interrogations sur la mémoire, individuelle ou collective, une de ses préoccupations. En ira-t-il de même pour le magnétoscope ?

L'ayant utilisé pour faire revivre la vie quotidienne d'un habitat sociétaire construit au milieu du Second Empire, les interrogations sur la mémoire n'avaient pas pu être contournées. Ce n'était pas la vie quotidienne au Familistère de Guise qu'évoquaient, pour Jacques Bonniel, Yane Golay et moi-même, les témoins, mais plutôt l'image nostalgique qu'ils conservaient aujourd'hui (1979) d'un mode de vie disparu et dont l'entre-deux-guerres avait marqué l'apogée. A interroger aujourd'hui des témoins sur leurs souvenirs d'hier, l'historien se trouve, tant bien que mal, en terrain sûr ou considéré comme tel. Mais à suivre l'événement au moment où il se produit ? A fixer l'image d'une manifestation politique ? A interviewer un homme politique sur la campagne électorale qu'il est en train de mener ?

Mai 1981 : François Mitterrand est élu Président de la République. L'Assemblée Nationale est dissoute, des élections législatives sont organisées les 14 et 21 juin 1981.

Dans le cadre d'un séminaire de l'Institut d'Études Politiques de Lyon, j'avais envisagé de suivre une campagne électorale et d'en filmer les principales phases; je pensais alors à une campagne prévue de longue date, programmée longtemps à l'avance. Mais pouvait-on ignorer la première campagne électorale de la Ve République qui se déroulait après la victoire du candidat de la gauche à l'élection présidentielle ?

Grâce à l'appui de l'Institut d'Études Politiques et du service Audiovisuel de l'Université Lyon 2, une petite équipe de reportage est à pied-d'œuvre début juin. Charles Picq enregistre les premières images le 3 juin et les dernières

seront filmées, au soir du 21 juin, à la Préfecture et dans un quartier de Lyon où l'élu a organisé une fête.

La deuxième circonscription de Lyon a été retenue. Très contrastée au plan des paysages urbains, elle réunit le Vieux Lyon, les quartiers neufs qui s'étendent au-delà de Fourvière, le vieux faubourg ouvrier de Vaise, La Duchère, un grand ensemble des années soixante, et le centre de la presqu'île lyonnaise entre Bellecour et les Terreaux. Cette circonscription est considérée comme une de celles que la gauche peut gagner.

Une fois obtenu l'accord des cinq candidats (Lutte Ouvrière, P.S.U., P.C.F., P.S. et U.N.M.), le reportage commence. Tous les jours, nous contactons les candidats qui nous signalent leurs diverses interventions et nous établissons le programme de travail. Chaque soir, Charles Picq et moi-même visionnons ce qu'il a tourné dans la journée. C'est un élément essentiel du travail de recherche et le caractère très souple de la vidéo permet une discussion permanente entre le vidéaste et l'historien. C'est l'occasion d'évoquer les manques de telle séquence, de souligner l'importance de certains cadrages... A vrai dire, il y a peu de divergences entre nous sur l'essentiel. Nous accordons une place importante à ce que l'on pourrait appeler, de manière péjorative, les plans d'ambiance. En fait, ces plans révèlent souvent la sociabilité spécifique de chaque équipe politique mais aussi des différents quartiers de la circonscription. Le candidat U.N.M., Roger Fenech, est entouré d'une équipe de rapatriés d'Afrique du Nord installés à La Duchère, le grand ensemble du Nord de Lyon. Très vite nous rassemblons un grand nombre d'images sur la façon de se saluer, de s'embrasser, de se mettre en scène, qui n'a rien à voir avec la façon de se saluer des militants socialistes ou communistes. Repérer ces signes, les filmer, relève de la constitution d'archives audio-visuelles. C'est en visionnant que nous apprenons à distinguer les visages d'une équipe, à les reconnaître progressivement, à baliser leur intervention au cours de la campagne. D'une certaine manière, ce type de démarche n'est pas sans lien avec ce que fait traditionnellement l'historien qui repère dans les Archives de la série M ou de la série F 7 les différentes interventions d'un militant politique ou syndical. Il y a du puzzle dans cette pratique... Mais en filmant au jour le jour, nous contribuons à ciseler les différentes pièces du puzzle. Lorsque l'on reconstitue une tranche de vie militante à partir d'archives, c'est le commissaire spécial ou ses subordonnés qui dessinent progressivement les éléments constitutifs; ici, c'est le chercheur lui-même. Autre analogie avec l'histoire orale où l'historien fabrique, au sens le plus matériel, les sources qu'il utilise, mais son intervention semble encore plus prépondérante lorsque l'on associe l'image au son; sa participation à la création du document est encore plus active.

Chaque jour, en établissant le plan de travail, nous sélectionnons déjà. Comment faire un choix a priori ? Nous éliminons les manifestations traditionnelles (distributions de tracts, diffusion de journaux électoraux) déjà filmées et essayons de ne privilégier aucune des équipes en présence. Il s'avère très vite que la panoplie des interventions des deux principaux candidats (P.S. et U.N.M.) est beaucoup plus riche (participation à des fêtes sportives, concours de boules, goûters du 3ème âge, rencontres internationales de théâtre...) et la veille du premier tour de scrutin nous ne filmons que leurs interventions.

Notre participation est donc active car sélective mais elle l'est aussi car nous choisissons d'être toujours le plus près possible du candidat afin de saisir ses comportements face à l'électeur. Dans bien des cas, les scènes filmées donnent à voir ce qu'aurait vu un électeur ubiquiste et qui, de plus, aurait su jouer des coudes... Un exemple : Jacques Chirac, leader du R.P.R., est venu soutenir Roger Fenech, député sortant (ce dernier est membre de l'U.D.F./C.D.S.). La manifestation a rassemblé quelques centaines de personnes. Dans une bousculade étonnante, Charles Pasqua fraye la voie au leader du R.P.R. entouré d'un service d'ordre très voyant. Jacques Chirac avance serein, tout sourire aux lèvres, alors qu'autour de lui les hommes politiques locaux sont bousculés, emportés comme fétus de paille, par la vague des manifestants. Aux images violentes, filmées du centre de la manifestation, s'oppose l'impression d'un témoin qui passait, par hasard, à quelques deux cents mètres de là. Lui n'a vu qu'une poignée de manifestants, hérissée de quelques drapeaux tricolores. Six mois plus tard il découvre le film et exprime sa surprise. L'angle de la prise de vue — c'est un fait connu — détermine l'impact de la scène filmée. Connaître cette signification immanente de l'image ne permet pas toujours de la maîtriser totalement. Incapable d'atteindre une objectivité inaccessible, reste à préserver l'honnêteté.

Lorsque, dix jours plus tard, le Ministre de la Défense, Charles Hernu, vient soutenir le candidat socialiste Gérard Collomb, Charles Picq réalise les mêmes cadrages et plus tard, au montage, nous retenons la même progression : attente des militants locaux, arrivée de la personnalité nationale et déroulement de la manifestation.

A l'intervention de Jacques Chirac marquée par la pugnacité, s'oppose une manifestation paisible, ponctuée par la distribution de roses rouges aux passants; pour le candidat socialiste l'affirmation de la force tranquille marquait également le point final d'une campagne qui devait le mener à une victoire probable, deux jours plus tard.

L'angle de prise de vue est essentiel pour le reportage sur le terrain, il l'est aussi pour les entretiens. Tous les candidats ont été interviewés avant le premier tour sur leur itinéraire politique et social, sur la manière dont ils sont devenus candidats, sur leurs objectifs, sur la tactique appliquée pendant la campagne électorale. Mais au-delà du message qu'ils entendaient délivrer, ils se mettaient également en scène. Instructive fut, pour nous, leur maîtrise ou leur méconnaissance de l'audio-visuel. D'une certaine manière, nous leur offrons l'illusion d'accéder au message télévisé, de devenir les égaux des leaders nationaux. Significative fut l'insistance du candidat P.S.U., pour être entouré des principaux militants de son équipe et révélatrice sa relative déception de constater que, par le jeu du cadrage, il apparaissait bien souvent seul, et en plan serré.

Les entretiens ne fonctionnent pas à la mémoire à la différence de ceux réalisés le plus souvent en histoire orale. Même si les déclarations qui nous étaient faites ne pouvaient entrer dans le cadre d'une éventuelle stratégie — nous avons assuré les candidats qu'aucune séquence ne serait utilisée avant le 21 juin — elles contribuaient malgré tout à construire l'image que le candidat souhaitait donner de lui-même. Le présent et le futur comptent plus que le passé. L'interview devient un élément de l'action politique, il ne relève en rien du souvenir. Tous les candidats, à l'exception du candidat communiste, ont insisté sur le caractère modeste de leur origine sociale; tous ont souligné leur enracinement dans la circonscription, à l'exception du candidat de Lutte Ouvrière qui entendait mener une campagne identique à celle qu'il aurait menée à Lille ou à Marseille, l'exploitation étant la même partout. Par ailleurs, ces entretiens ont été assez courts : quarante minutes en moyenne, alors que les entretiens réalisés en histoire orale durent plusieurs heures et sont étalés dans le temps.

Le cadrage des interviews est un problème difficile. Sous quel angle prendre les candidats ? Faut-il privilégier le plan rapproché avec des interlocuteurs qui ont peu l'habitude de la caméra et dont le visage est très — trop — mobile ? Souvenons-nous des séquences extraordinaires de *Français si vous saviez* où l'ex-colonel Argoud, filmé en plan très serré, sort constamment du cadre de l'image, obligeant le cadreur à revenir en plan moyen pour pouvoir le suivre. Une impression d'excitation mal contenue s'en dégage. Faut-il privilégier les plans fixes ou les changements de focales en fonction du caractère intime ou général de la réponse ? Par ailleurs, faut-il suivre Roland Barthes lorsqu'il affirme, parlant des photos de candidats aux élections législatives : « La pose de face accentue le réalisme du candidat, surtout s'il est pourvu de lunettes scrutatrices. Tout y exprime la pénétration, la gravité, la franchise : le futur

député fixe l'ennemi, l'obstacle, le «problème». La pose de trois-quarts, plus fréquente, suggère la tyrannie d'un idéal : le regard se perd noblement dans l'avenir...» ?

Pour les deux principaux candidats — celui du P.S. et celui de l'U.N.M. — les mêmes types de cadrage ont été retenus. Le candidat est le plus souvent face à la caméra, en plan moyen, l'intervieweur est dos à la caméra. Pour les autres candidats nous avons conservé le même principe mais l'intervieweur étant de profil, l'interviewé s'adresse souvent à lui et ne regarde pas toujours directement le spectateur. Demeure une question essentielle, quelles que soient les précautions prises, comment le spectateur va-t-il percevoir les différents candidats ? L'image n'est pas uniquement le fait du cadrage, elle dépend aussi de la personne filmée, de son apparence, de son élocution... D'ailleurs, aujourd'hui, les députés qui le veulent peuvent bénéficier d'une formation audiovisuelle.

L'image transmet des messages autres que le discours énoncé explicitement. Le spectateur réagit avec son affectivité, ses préoccupations, ses sympathies politiques, nous avons pu le constater plus d'une fois. Les appréciations telles que : «il a l'air sournois», «il est prétentieux», «il est sympathique, chaleureux...» ne renvoient pas à une argumentation raisonnée mais à des impressions fugitives, inconscientes.

A l'occasion de la campagne présidentielle de 1981, Jean-Marie Cotteret a étudié les allocutions télévisées des quatre principaux candidats. Les résultats publiés dans les *Cahiers de la communication* (numéro spécial intitulé *La démocratie cathodique*) sont passionnants.

Bien qu'évoqué par J. Chirac, G. Marchais, et F. Mitterrand, le chômage ne constitue pas le premier thème de leurs interventions. V. Giscard d'Estaing avait même, pour sa part, banni le mot de son vocabulaire. Or, un sondage effectué auprès des téléspectateurs montre que pour eux, le premier thème abordé par les quatre candidats était précisément celui du chômage. L'émission est une chose, la réception une autre, et l'on peut avancer que l'image que l'on voit est, pour partie, une projection et une construction du spectateur. Ce qui est vrai pour les discours télévisés l'est aussi pour les reportages sur le terrain.

Revenons à notre enquête : sur un marché, l'équipe de l'U.N.M. arrive avec un montage de diapositives (la propagande s'adapte à l'audiovisuel) présentant l'action du député sortant. Elle dispose d'un groupe électrogène et son stand — elle a loué l'emplacement sur le marché — est imposant. Or, avant

son arrivée trois militantes du P.S.U. distribuait des tracts à cet endroit précis. Devant cette concurrence envahissante, les trois militantes traversent la rue et vont s'installer à l'opposé du stand U.N.M. Chargées de tracts, portant à bout de bras une grande affiche d'Huguette Bouchardeau collée sur un panneau de carton, elles marchent difficilement. Des réflexions contradictoires ont été faites sur cette séquence : pour certains son objectif était de ridiculiser le P.S.U., de montrer le manque de détermination de ses partisans; pour d'autres, au contraire, la séquence soulignait les différences de moyens de propagande. Pour la même séquence, la perception a été totalement différente.

Pour l'instant, seuls les problèmes relatifs à la constitution des archives audio-visuelles ont été abordés. D'autres se posent au moment de la communication du résultat. Au terme des entretiens et des reportages sur le terrain, près de sept heures d'enregistrement avaient été réalisées. Il fallait bien entendu sélectionner, monter, choisir, éliminer, simplifier et si l'on voulait obtenir un vidéo-film attrayant dramatiser. Là est une nouvelle différence avec l'histoire orale. Dans un cas, le support magnétique, la parole conservée, est transcrite et le produit de la recherche est, sauf exception, un texte, livre ou article dont les annexes sont constituées par des extraits d'entretiens, preuves ou illustrations de la démonstration du chercheur. Là, l'objectif est tout autre, le produit fini n'est pas un texte mais encore de l'image et du son et donc susceptibles de lectures multiples. Un texte renvoie lui aussi à des interprétations diverses mais moins, nous semble-t-il, que le message audio-visuel où le commentaire fait partie intégrante du message.

Précisons : Comment construire le montage ? Fallait-il l'appuyer sur un commentaire explicite dont l'image donnerait, à notre sens, la preuve ? Ou essayer de faire ressentir et comprendre la signification d'une séquence ? Cette seconde méthode a eu notre préférence car l'image n'est preuve que pour nous. Bien que notre intervention soit permanente dans le montage nous n'imposons pas totalement notre façon de voir. Le spectateur conserve une relative autonomie de perception.

Allait-on souligner la diversité sociale des bureaux de vote de la circonscription en étayant un commentaire explicite de multiples statistiques ? Il nous a paru préférable de présenter des images qui illustraient cette diversité; ici des personnes âgées, des ecclésiastiques, qui se dirigent paisiblement vers un bureau de vote, là des immigrés qui passent lentement devant des immeubles vétustes, de jeunes couples qui viennent de voter; ailleurs une électricienne à l'élégance sophistiquée qui descend les escaliers de la Bourse des valeurs qui abrite un des bureaux de la presqu'île. Que l'on comprenne bien : il n'est pas question

de mépriser l'apport statistique et je crois avoir montré ailleurs que ce sentiment m'était étranger, mais il faut utiliser des moyens cohérents. Si l'on choisit l'image, c'est par l'image qu'il faut dire la diversité sociale d'une circonscription.

Pour le montage, nous avons retenu un plan simple : présentation de la circonscription, présentation des candidats — en utilisant les entretiens mais aussi quelques séquences de reportage — et déroulement chronologique de la campagne. Sur cinquante-six minutes, le commentaire explicite des réalisateurs n'est que de quatre minutes. Le plus souvent, nous avons joué du contrepoint entre l'analyse de la campagne énoncée par les candidats et la réalité de la campagne qu'il menait, entre le discours politique explicite et la manifestation sur le terrain de ce discours. Entretiens et reportages concernent le même temps, il n'y a pas de rapport d'antériorité entre les documents et la parole des témoins comme c'était le cas dans le montage que nous évoquions au début : les documents étaient des photos, de la fin du XIXe siècle ou du début du XXe siècle, un film des années 1950, mais les témoins parlaient en 1979. Le candidat exprime ce qu'il pense de sa campagne et nous montrons ce qu'est sa campagne. Le député sortant avait axé sa campagne sur son action locale et faisait passer au second plan les grandes options politiques. «On n'oppose pas une politique à une politique qui vient de gagner, mais l'action de l'homme, sur place». Lorsqu'il se rend sur un marché il ne se présente jamais et sur son bulletin de vote son nom est en lettres grasses alors que le sigle U.N.M. a un corps beaucoup plus modeste. C'est exactement l'inverse pour le candidat socialiste. L'essentiel de sa campagne se déroule sur les marchés de la circonscription où il distribue sa plaquette «Bonjour Madame, Gérard Collomb, candidat du Parti Socialiste». Sur son bulletin de vote, le sigle Parti Socialiste est très visible, son nom a un corps beaucoup plus réduit.

Le choix retenu, l'absence ou la rareté de commentaires explicites nous a obligé à renoncer à souligner certains éléments repérés au tournage. En observant attentivement les rushes nous nous sommes rendus compte que sur les marchés le candidat sortant ne serrait pas les mains au hasard : en fait son équipe, nombreuse, était répartie sur le marché et venait à sa rencontre. Fallait-il le dire ou essayer de le suggérer ? Nous avons opté pour la seconde solution mais le public ne le remarque pas toujours. De nombreux spectateurs voient mais ne regardent pas. Aujourd'hui, un des handicaps de l'outil audiovisuel réside dans cette absence de véritable lecture de l'image, mais faut-il pour autant organiser la redondance entre le texte et l'image ?

Tout au long de l'enquête, notre conception de l'action politique, et en particulier de la propagande électorale, s'est affinée. Par bien des aspects, la

campagne électorale a été une succession de manifestations assez rituelles dont l'efficacité n'a pas toujours été perceptible. Ce caractère rituel résulte du croisement de deux phénomènes. Le premier, conjoncturel, découle de la chronologie : l'élection présidentielle est considérée comme le scrutin décisif; pour les élections législatives les jeux semblaient déjà joués, d'où leur caractère rituel. Mais il est un autre phénomène plus durable qui renforce cet aspect : aujourd'hui la campagne officielle à la télévision ne laisse aux candidats locaux qu'une marge assez faible d'interventions; les discours télévisés des leaders nationaux musellent les orateurs des préaux d'écoles et d'arrière-salles de restaurant. Les réunions publiques ne font plus recette et épuisent l'énergie militante. Les candidats le disent explicitement mais le public ne l'a pas toujours entendu. Autre point important de la campagne électorale, les militants mobilisés ne dépassent guère, toutes tendances confondues, cent ou deux cents individus, ce qui est peu pour une population de plus de 72.000 électeurs. Cet aspect de la campagne électorale est peu perceptible, en l'absence de commentaire explicite.

La campagne électorale dans la deuxième circonscription du Rhône renvoie à certains phénomènes nationaux mais les spécificités sont importantes. Elles concernent surtout la campagne de l'ancienne majorité et du P.C.F. Le candidat sortant, entouré d'une forte minorité de rapatriés qui s'affichent comme tels, mène, de ce fait, une campagne assez différente de celle d'autres candidats de l'U.N.M. Et d'ailleurs, lors de la manifestation organisée pour la venue de Jacques Chirac, on distingue très nettement deux populations qui se côtoient mais ne se mêlent pas : l'équipe de R. Fenech d'une part, haute en couleurs, et de l'autre l'électorat conservateur qui semble s'être rassemblé pour un cocktail mondain. Particulière également est la campagne de l'architecte J. Rey, candidat du P.C.F. Outre sa volonté novatrice, elle se distingue d'autres campagnes communistes par la mise au premier plan de revendications explicitement communistes. Cela pourrait sembler banal mais l'on sait que pour les élections législatives de 1981, des candidats du P.C.F., peut-être ceux qui pouvaient l'emporter, n'ont pas toujours affiché aussi ostensiblement leur appartenance, certaine affiche stipulant simplement, candidat de la majorité. Est-ce que l'attitude des militants de la deuxième circonscription découle de la relative faiblesse électorale de leur parti ?

La campagne socialiste a été assez discrète, à l'exception de la venue de Charles Hernu, et le candidat s'est souvent effacé derrière le Parti Socialiste. La campagne reflète assez bien l'action menée dans les circonscriptions où le Parti Socialiste pouvait espérer gagner un siège.

De ces différentes campagnes, nous n'avons filmé que les aspects publics à la différence de ce qu'avait pu réaliser, avec de tous autres moyens, Édouard

Bobrowski et son équipe lors des élections municipales d'Arras en 1971. A la différence de *Aux urnes, citoyens*, aucune réunion privée n'a été filmée et un électeur bien renseigné aurait pu voir tout ce que nous avons enregistré. En fait, lorsque des électeurs de la circonscription ont vu le film, ils ont été très surpris. Pour eux, la campagne électorale avait été particulièrement paisible dans leur circonscription — les militants socialistes soulignent au contraire son caractère violent et certains nous ont reproché de l'avoir trop négligé — et ils ignoraient que «tant de choses s'étaient passées». Nouvel exemple de perceptions multiples de la réalité... Disons cependant que malgré le biais que pouvait entraîner notre regard, les candidats ont tous apprécié l'équilibre général du film.

Au terme de ces quelques réflexions sur une enquête audiovisuelle, les questions demeurent plus nombreuses que les réponses. Je crois qu'il faut distinguer deux niveaux, celui de la constitution d'archives audiovisuelles et celui de la production, du montage, du document présenté au spectateur.

A mon sens, la constitution d'archives audiovisuelles relève du domaine de l'historien. Elle doit se faire non dans un souci de privilégier l'événement spectaculaire ou le vedettariat mais dans l'attention particulière portée aux gestes, aux relations qui façonnent la vie quotidienne. Surtout cette constitution d'archives doit s'inscrire dans la durée et, à travers des manifestations rituelles dont l'enregistrement se ferait sur plusieurs années, permettre de repérer les ruptures ou les permanences. De la constitution d'archives à la production, il n'y a qu'un pas que l'on peut franchir ou pas. Mais quoi qu'il en soit, je crois qu'après le magnétophone, et avec toutes les difficultés que j'ai évoquées, mais aussi les richesses, le magnétoscope doit devenir un outil des historiens de la fin du XXe siècle.

Jean-Luc PINOL

FICHE TECHNIQUE

Titre	: <i>DEUX SEMAINES DE CAMPAGNE</i>
Interviews et conception	: Jean-Luc PINOL
Camera video	: Charles PICQ
Réalisation	: Charles PICQ et Jean-Luc PINOL 3/4 pouce – U-MATIC – Couleurs – PAL
Durée	: 56 minutes
Production	: I.E.P. de Lyon, Service Audiovisuel de l'Université Lyon 2, Centre Pierre Léon
Contact diffusion	: Jean-Luc PINOL Institut d'Études Politiques 1, rue Raulin 69365 – Lyon Cedex 2