

A propos d'un livre...

LES PIEGES DE LA DEMOCRATIE

Le professeur d'histoire doit aussi être un professeur de « civisme », il doit à travers des exposés historiques qui ne s'arrêtent pas artificiellement à la première ou la deuxième guerre mondiale aider le futur citoyen à prendre conscience de ses droits et de ses devoirs dans notre société démocratique. Tout cela est très beau et fait la quasi-unanimité chez ceux qui veulent donner un souffle nouveau à l'enseignement. Pourtant, nous devons être conscients des dangers que recèle cette conception du rôle du professeur d'histoire, qui devient dans l'esprit de beaucoup le défenseur attitré des « valeurs de notre civilisation » (on y ajouterait facilement les adjectifs « occidentale et chrétienne »...) Cette vision de l'enseignement transformé en une sorte de propagandiste politique me paraît totalement inacceptable. Que l'on me comprenne bien, je ne désire pas plus qu'il se présente comme le laudateur professionnel de l'anarchie, du marxisme-léninisme ou de toute autre idéologie. Pour moi, il doit tenter de présenter un bilan objectif de notre régime politique, en souligner les aspects positifs — ils sont nombreux et apparaissent facilement dans un exposé serein — mais aussi en évoquer les imperfections et les dangers. Pour entreprendre cette tâche importante et souvent difficile, il doit se constituer un dossier sérieux et le plus complet possible. Je voudrais dans ces quelques pages présenter un livre récent qui trouve, me semble-t-il, tout naturellement sa place dans pareil dossier.

*
**

Dans son livre intitulé *Aux urnes, Citoyens...*, Edouard Bobrowski nous raconte comment il a conçu et réalisé un film centré sur un fait politique : les élections municipales à Arras — Pas-de-Calais — en mars 1971. Il le fait très librement en ne cachant pas ses sympathies et ses antipathies, en ne tentant pas non plus d'être exhaustif et scientifique. Il ne s'agit absolument pas de l'étude systématique qu'un « politologue » pourrait entreprendre sur un tel sujet. Bobrowski a filmé et fait filmer des heures et des heures de réunions politiques, fermées ou ouvertes, et il essaye de nous faire comprendre ce qu'il a ressenti à ces diverses occasions. Il appartient nettement à cette gauche parisienne qui n'aime pas les tenants du pouvoir mais sait, à l'occasion, travailler avec eux sinon pour eux, méprise les vieux sociaux-démocrates mais n'est pas insensible au renouveau socialiste, craint les communistes mais est toujours fasciné par leur rigueur et leur grande honnêteté et, enfin, sympathise instinctivement avec les gauchistes même si c'est sans illusion sur leur rentabilité politique. Qu'il n'essaye pas de cacher ces contradictions est une des grandes qualités de l'auteur. Bien au contraire, il assume ces contradictions avec intelli-

gence, j'ajouterais même avec habileté dans la mesure où elles lui permettent de conserver une certaine objectivité et aussi d'entretenir un clin d'œil complice avec son lecteur. A cela s'ajoute, et c'est essentiel, une réelle chaleur humaine qui évite à cet ouvrage le ton déplaisant et raide du réquisitoire.

Mais quel est le scénario de ce livre et du film dont il émane ? A la fin de l'année 1970, les gaullistes encore emportés par leur victoire électorale de l'année précédente préparent fiévreusement les élections municipales qui doivent avoir lieu dans quelques mois. Ils espèrent augmenter leur implantation locale qui reste déficiente par rapport à leur importance nationale et surtout, ils croient le moment venu de conquérir quelques-uns des bastions traditionnels de l'opposition, surtout de l'opposition de gauche. A Arras, règne depuis des années le vieux dirigeant socialiste Guy Mollet, associé à des éléments modérés. La redistribution des cartes au niveau national a contraint le maire d'Arras à un changement de cap qui offre théoriquement au centre-droit et à la droite une chance de prendre le pouvoir dans le chef-lieu du Pas-de-Calais. En effet, Guy Mollet a dû s'allier aux communistes et a ainsi perdu l'appui de la plupart des modérés qui, à la suite de ces événements, sont à la recherche d'un leader et d'une organisation capables d'entamer la contre-offensive. A Paris, l'U.D.R. désigne ce leader et décide d'être l'organisation qui orchestrera la bataille. Francis Jacquemont, sous-préfet de 38 ans mais surtout Chef de Cabinet du Secrétaire d'Etat aux Armées, s'opposera à l'ancien Président du Conseil, symbole de la IV^e République et de toutes ses faiblesses. Il le fera en débarquant à Arras avec toute la puissance financière de ses amis et plus encore avec la force de celui qui sait utiliser le « marketing politique », cette arme nouvelle, importée d'Amérique comme il se doit. Ce duel n'en est pas tout à fait un puisque le P.S.U. a décidé de présenter une liste d'extrême-gauche qui inquiète les socialistes et les communistes et réjouit les gaullistes et les modérés.

Bobrowski qui décide en décembre 1970 de consacrer un film à cette joute, doit, pour atteindre son but, obtenir des principaux protagonistes l'autorisation de filmer les réunions de militants et même certaines réunions d'état-major. Jacquemont, qui est en grande partie l'inspirateur du projet, lui donne rapidement le feu vert. Machtou, l'incroyable chef d'orchestre de la propagande gaulliste, s'enthousiasme à l'idée de ce film politique et promet toute son aide. Les dirigeants communistes et gauchistes acceptent eux aussi. Chez les socialistes, l'attitude est beaucoup plus réservée et si Guy Mollet consent finalement à jouer le jeu, ce n'est pas sans arrière-pensée. Quant au chef local du Service d'Action Civique (groupe de choc de tendance gaulliste) il évitera toujours de collaborer à une entreprise qu'il juge visiblement de façon négative.

« Aux urnes, citoyens... » nous apporte d'abord quelques informations sur le personnel politique et sur ce qu'on pourrait appeler la « faune » politique qui s'agite autour des dirigeants sans véritablement apparaître au grand jour. Dans ce domaine, une figure se détache très nettement. Hubert Machtou, le grand ordonnateur de l'offensive U.D.R. contre la citadelle socialiste, apparaît comme un personnage hors série, à la fois séduisant et inquiétant. Sans grands scrupules, ce vague conseiller au Cabinet du Premier ministre prépare méthodiquement et cyniquement la campagne de Jacquemont. Il se donne tout entier à cette tâche sans toutefois réussir à se départir de son penchant pour la fantaisie et l'exubérance. L'auteur qui aura finalement de graves ennuis avec Machtou — celui-ci intentera un procès — ne peut cacher sa sympathie pour un être de cette trempe. Il en brosse un portrait particulièrement haut en couleurs lorsqu'il nous le montre face aux dirigeants locaux de l'U.D.R. qu'il faut convaincre de l'intérêt de la candidature de Jacquemont :

C'est d'ailleurs lui, maintenant, qui prend la parole. Le style change avec l'homme. Je me demande qui est le vrai candidat : Jacquemont ou Machtou ? Négligemment assis sur la table, cachant Jacquemont de son dos, Machtou péroré avec un culot extraordinaire. Il ne s'embarrasse pas de problèmes politiques. Il parle de choses concrètes, c'est-à-dire de la manière dont il va mener la campagne. D'abord, il se présente : France-Inter, Matignon, Nancy, Bordeaux, « entre autres campagnes », Pompidou, Chaban, la sécurité routière, le « groupe de marketing politique »... Les pauvres U.D.R. d'Arras doivent vraiment avoir l'impression que Georges Pompidou, Jacques Chaban-Delmas et René Tomasini ont sélectionné dans leur élevage le singe le plus malin pour leur apprendre à faire les grimaces électorales...

Admirable, magnifique, somptueux, indescriptible Machtou ! Il est extraordinaire. En le contemplant, en l'écoutant, j'éprouve un plaisir sans mélange. Jamais un comédien professionnel ne pourrait l'égaler. Je suis maintenant assuré que même s'il n'y avait dans cette histoire que le seul Machtou, il y aurait de quoi faire un film assez remarquable. Je vois d'un œil amusé mes camarades à qui j'en avais parlé mais qui ne m'ont cru qu'à moitié, découvrir à leur tour le fabuleux animal qui parle et parle avec des gestes de marchand de tapis qui vendrait des hélicoptères.

Mais le plus intéressant dans l'ouvrage de Bobrowski ne se trouve pas dans ce type de description mais bien dans le témoignage très vivant et très nuancé qui nous est apporté sur ce fameux « marketing politique ». Certains aspects nous sont déjà familiers, tel le recours à la « publicité d'intrigue ». Six mois avant les élections, les murs d'Arras sont couverts de grandes affiches présentant un immense portrait de

Jacquemont avec le slogan « Cette fois, Arras doit changer ». Ainsi, les passants s'interrogeront un moment au sujet de ce visage inconnu avant de savoir qu'il s'agit du challenger de Guy Mollet. Mais l'essentiel, c'est l'activité de la SFERE, la Société Française d'Etudes et de Recherches économiques. Celle-ci lance sur Arras quarante enquêteurs chargés d'interroger les habitants sur leurs goûts, leurs souhaits, leurs critiques à l'égard de la situation qui leur est faite. Au départ de cette documentation, le candidat gaulliste construira un programme électoral sur mesure. De plus, grâce au fichier de l'Etat, traité lui aussi par la SFERE, il pourra adresser une lettre « personnalisée » à tous les électeurs inscrits.

Machtou et son équipe découvrent ainsi le point faible de la gestion de Guy Mollet la région souffre d'un manque d'emplois et cela inquiète sérieusement la population. On commence par attaquer l'inertie de la municipalité sortante, on met ensuite en relief le danger que constituera la présence communiste à la tête de la ville : les industriels refuseront tout investissement dans une région dominée par les « rouges ». Enfin, on décide de marquer un grand coup en prouvant que le candidat de l'U.D.R. peut, lui, sortir la ville de son marasme. Quatre jours avant le scrutin, Jacquemont organise une conférence de presse au cours de laquelle il présente un industriel qui vient de décider, à la suite de démarches émanant, bien sûr, de l'U.D.R., d'implanter une usine à Arras et de créer ainsi plusieurs centaines d'emplois. Ensuite, on exploite l'événement :

Le lendemain, donc, la Voix du Nord [journal régional] annonce l'événement. Le surlendemain, jeudi, un numéro spécial du « Renouveau d'Arras » [feuille électorale de la liste de Jacquemont], consacré à l'affaire, arrive par camionnette de Paris. Il titre : « Francis Jacquemont tient ses promesses : voici déjà quatre cents nouveaux emplois pour Arras — trois mille emplois en cinq ans ! » Il est rapidement distribué... En même temps, des affiches jaunes fleurissent en ville annonçant : « Avec Francis Jacquemont, déjà quatre cents emplois. » Enfin, vendredi, les Arrageois trouvent dans leur boîte un nouveau numéro du « Renouveau », luxueux, façon « L'Express », en couleur, insistant sur l'affaire.

Mais toute cette mise en scène étonnante sera contrée par les tenants de la liste de gauche qui, après une brève enquête, découvriront et feront savoir que la firme qui doit créer quatre cents emplois à Arras est d'une taille tellement modeste qu'il n'est pas possible de prendre au sérieux ce qui apparaît finalement comme une simple « galéjade » imaginée par Jacquemont et Machtou. A la surprise des spécialistes du « marketing politique », les militants socialistes et communistes distribueront, le samedi soir, à la veille du scrutin, un tract qui répond point par point à leur publicité. Erreur impardonnable pour des « spécialistes », Machtou et ses amis étaient convaincus que la loi interdisait

toute distribution de propagande électorale le jour précédant le scrutin...¹

Il n'est pas dans mes intentions d'énumérer ici toutes les techniques, toutes les idées mises en œuvre par ces professionnels de la propagande politique. Je citerai encore l'organisation d'une grande réunion publique, baptisée pour la circonstance « Etats généraux d'Arras », qui devait enfin permettre aux habitants de la « ville de Robespierre » de s'exprimer ! Ce sera un réel succès. Pendant quatre heures, plus de mille Arrageois s'entretiendront avec les candidats de la liste de Jacquemont répartis pour la circonstance en sept commissions spécialisées.

Ne le cachons pas, ce type de réunions confère à la campagne gaulliste un aspect positif. Les défenseurs de la liste du maire sont contraints de descendre dans la rue, d'ouvrir, eux aussi, un véritable dialogue avec la population. Ils ne peuvent plus se contenter du grand meeting officiel organisé à chaque élection dans la salle du Théâtre de la ville. Guy Mollet et ses colistiers, face à la machine électorale de l'U.D.R. et à l'aiguillon P.S.U., prennent dès lors leur bâton de pèlerin et organisent des réunions dans tous les quartiers de la ville.

*
* *

On le voit, l'ouvrage de Bobrowski constitue un témoignage vivant sur nos mœurs politiques actuelles. Ecrit sans parti pris exagéré, il n'épargne aucun groupe politique. Il réserve pourtant ses critiques les plus vives à certaines techniques qui visent à vendre un programme politique comme on vend un savon ou un dentifrice...

Je pense que le professeur d'histoire se doit d'éclairer ses élèves sur ces pièges de la démocratie. Ce livre peut l'aider très efficacement dans cette tâche.

Ph. MOUREAUX,

Chargé de cours à l'U.L.B.

¹ Peut-être, cette erreur grave est-elle à l'origine de l'échec finalement assez retentissant de la tentative de l'U.D.R. En effet, Guy Mollet et ses alliés ont obtenu la majorité absolue dès le premier tour avec 52,5 % des voix (41,95 % pour la liste soutenue par l'U.D.R. et 5,55 % pour la liste d'inspiration P.S.U.).

Edouard BOBROWSKI, *Aux Urnes, Citoyens...*, chez Flammarion, Paris, 1973, 256 p.