



**HAL**  
open science

# L'audiovisuel au service du Parti communiste français (1968-1976)

Céline Barthonnat

► **To cite this version:**

Céline Barthonnat. L'audiovisuel au service du Parti communiste français (1968-1976). Françoise Blum. Des radios de lutte à Internet. Militantismes médiatiques et numériques, Publications de la Sorbonne, p. 137-151, 2012, 978-2-85944-713-7. halshs-01264957

**HAL Id: halshs-01264957**

**<https://shs.hal.science/halshs-01264957>**

Submitted on 29 Jan 2016

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## L'audiovisuel au service du Parti communiste français (1968-1976)

CÉLINE BARTHONNAT

historienne

Si le Parti communiste français (PCF) a beaucoup utilisé la presse écrite en matière de propagande, il a également su prendre en compte les opportunités nouvelles offertes par la technique. Au cours de ses premières années d'existence, la Section française de l'Internationale communiste s'intéresse au cinéma<sup>1</sup>. Le Parti communiste se dote également de ses propres structures de production de films<sup>2</sup>. Avec la démocratisation de la télévision dans les années 1960, les partis d'opposition doivent développer de nouvelles formes de propagande pour « répondre plus rapidement et plus directement aux arguments de la radio et de la TV<sup>3</sup> ». L'apparition de nouveaux supports, notamment du Super 8<sup>4</sup>, est de nature à élargir l'éventail de possibilités offertes au parti en la matière, à condition toutefois que celui-ci veuille s'en saisir. À cet égard, 1968 apporte un nouveau souffle. C'est par le biais de jeunes ciné-militants acquis à sa cause que le PCF prend conscience de l'importance de l'audiovisuel sous ses différentes formes, en particulier diapositives, films, montages sonores. Pour que ces réalisations soient efficaces, la maîtrise de la technique compte tout autant que le message politique.

Appréhender la manière dont le Parti communiste, dans les années 1970, s'est approprié les nouveaux moyens de communication audiovisuels nécessite l'étude de la structure qui lui a permis de maîtriser la création de sa propagande audiovisuelle. D'abord regroupés au sein de Dynadia, collectif relativement indépendant du parti à sa création en 1968, les jeunes ciné-militants

---

1. La première réalisation cinématographique attribuée au Parti communiste est *La Fête de Garches*, film muet de cinq minutes consacré à la fête de *L'Humanité*.

2. Ciné-Liberté sous le Front populaire puis la Procinex pour la période 1944-1955.

3. Leroy Roland, « La bataille idéologique et la propagande du parti dans les masses. Rapport au comité central », *Cahiers du communisme*, n° 2, février 1968, p. 122.

4. Créé par Kodak en 1965, le Super 8 est un format de film proche du 8 mm, mais moins onéreux. De ce fait, il sera très utilisé par le cinéma amateur et militant. En outre, le film étant protégé dans un boîtier en plastique directement insérable dans l'appareil, ce format permettait de charger la caméra en plein jour.

vont progressivement s'insérer dans l'organisation à mesure que leur structure va se professionnaliser, prenant le nom d'Unicité (Unité, Cinéma, Télévision, Audio-visuel). Devenue SARL en 1972, Unicité fonctionne comme une véritable petite entreprise audiovisuelle, avec des salariés répartis en quatre secteurs distincts : la production, la diffusion, la recherche et la formation. L'arrivée de Pierre Juquin au secteur propagande du PCF en 1976 renforcera l'utilisation des nouveaux moyens audiovisuels par le parti. Celui-ci va s'attacher à conserver la maîtrise politique de ses moyens de propagande. Dès lors, Unicité ne sera plus qu'un des rouages parmi d'autres de sa communication.

L'étude de l'expérience du collectif, de ses prémices en 1968 à son intégration complète à l'appareil du parti en 1976, permet d'appréhender la manière dont le PCF s'est approprié les différents moyens de communication audiovisuelle dans les années 1970. Afin de comprendre les raisons qui ont conduit de jeunes ciné-militants à mettre leur savoir-faire au service du Parti communiste, nous présenterons tout d'abord le contexte de création et de développement de ce qui préfigure Unicité puis, dans un deuxième temps, les usages militants des techniques et le détournement des supports audiovisuels au service d'une propagande partisane. Enfin, puisque la maîtrise de l'audiovisuel passe aussi par l'appropriation de la télévision, nous montrerons comment les compétences développées par Unicité ont permis aux membres du PCF d'apprendre à communiquer au plus grand nombre.

### L'imaginaire collectif au service du parti

Les États généraux du cinéma français, tenus en mai-juin 1968, favorisent l'éclosion de plusieurs collectifs militants qui prennent conscience de la responsabilité du cinéma et de « la nécessité absolue de mettre [celui-ci] au service de la révolution<sup>5</sup> ». La CGT et le PCF n'ont plus le monopole du cinéma militant<sup>6</sup>. Les deux organisations se trouvent en concurrence avec une myriade de groupes trotskystes et maoïstes, pour qui « le film est une arme », celle-ci devant être au service du peuple.

C'est dans ce contexte que quelques ciné-militants communistes ou proches du PCF décident de créer le collectif Dynadia<sup>7</sup> afin de « servir, par [leurs]

5. Hennebelle Guy (dir.), « Cinéma militant, histoire, structures, méthodes, idéologie et esthétique », *Cinéma d'aujourd'hui*, n° 5-6, mars-avril 1976, p. 29.

6. Perron Tanguy, « Travelling sur les rails d'une histoire », *Cinéma et mouvement social. Nous avons tant à voir ensemble*, Montreuil, VO Éditions, 2000, p. 70.

7. Le nom du collectif, Dynadia, est un mot-valise qui fait tout à la fois référence au stade Dynamo de Moscou (« Dyna ») et aux diapositives (« dia »), premier élément de propagande utilisé par le collectif. « Notes historiques sur les sociétés Unicité et Zoobabel », Ciné-Archives.

moyens propres, la propagande du Parti<sup>8</sup> ». Ce collectif est fondé en juillet 1968 par des réalisateurs et des techniciens ayant participé à la commission diffusion des États généraux du cinéma, laquelle s'occupait de la projection des classiques du cinéma dans les usines occupées<sup>9</sup>. Certains d'entre eux avaient déjà été de l'aventure *Loïn du Vietnam* en 1967<sup>10</sup>. Au total, une dizaine de personnes, cinéastes et photographes, se retrouvent dans ce collectif pour réfléchir sur la propagande et l'audiovisuel ainsi que sur les moyens de produire et de diffuser des films militants à l'intérieur du PCF. La question des supports est au cœur de leurs réflexions : quels sont les moyens les plus appropriés pour diffuser rapidement et aisément un message politique ? Le dispositif qui s'impose est celui des diapositives, procédé peu onéreux, facile à réaliser et très maniable. En effet, elles peuvent être utilisées par les militants eux-mêmes, sans intervention d'un opérateur, dans les sections et cellules, notamment lors des assemblées de remise de cartes.

La première réalisation de Dynadia est un jeu de 174 diapositives en noir et blanc<sup>11</sup> accompagné d'une bande-son et intitulé *Dix ans de gaullisme, ça suffit!*<sup>12</sup>. Projeté pour la première fois lors de la Fête de *L'Humanité* en septembre 1968, il est présenté par le PCF comme un moyen de propagande par l'image pouvant « agrémenter et rendre plus vivantes<sup>13</sup> » les diverses réunions organisées par les sections et cellules. Le parti communiste insiste sur l'importance de ces jeux de diapositives comme « moyen de propagande utile et agréable<sup>14</sup> ». Un effort est fait pour les diffuser, la possibilité étant offerte aux organisations, *via*

8. « Le groupe Dynadia », *Les Lettres françaises*, 18 novembre 1970, p. 21.

9. À l'initiative de Dynadia se trouvent les réalisateurs communistes Jacques Bidou et Mario Marret, l'opérateur communiste Miroslav Sebestik, le réalisateur maoïste Robert Bozzi – qui adhéra au parti communiste à la fin de l'année 1968 – et les monteurs Ragnar Van Leyden et Brigitte Dornes. Les réalisateurs Jean-André Fieschi et Bernard Eisenschitz rejoindront le collectif par la suite.

10. Layerle Sébastien, *Caméras en lutte en Mai 68. « Par ailleurs, le cinéma est une arme... »*, Paris, Nouveau Monde Éditions, 2008, p. 201.

11. Les diapositives présentent des photos d'ouvriers, des unes de journaux, notamment *L'Humanité*, des dessins, des caricatures. L'inventaire complet de ces diapositives a été réalisé par Sébastien Layerle.

12. Son titre fait référence à la phrase « Dix ans, cela suffit » prononcée par le député communiste, et secrétaire général du PCF, Waldeck Rochet lors du débat sur la motion de censure le 22 mai 1968 à l'Assemblée nationale. Cf. Note de Sébastien Layerle sur le montage de diapositive *Dix ans de gaullisme, ça suffit!*, Ciné-Archives, p. 1.

13. Éloire Pierre, « Parler aux masses », *La Vie du Parti. Bulletin de propagande et d'information édité par le Comité Central du Parti communiste français*, n° 5, septembre 1968, p. 10.

14. *La Vie du Parti*, n° 7, novembre-décembre 1968, p. 29.

la Coopérative de production et de diffusion du film (CPDF)<sup>15</sup>, d'acquérir un projecteur à un tarif avantageux<sup>16</sup>.

Fort de cette première expérience (à la fin de l'année 1968, 250 jeux de diapositives ont été vendus par le biais de la CPDF<sup>17</sup>), Dynadia est invité à intervenir à la conférence fédérale de Paris sur l'utilisation et le développement des moyens audiovisuels par le PCF. L'année suivante, le parti lui commande un nouveau jeu de diapositives pour le référendum d'avril 1969<sup>18</sup>. Mais très vite, il s'avère que le film est le moyen le plus efficace d'informer de larges auditoires. Aussi, pour les présidentielles de 1969, Dynadia est chargé par le PCF de faire un film sur son candidat, Jacques Duclos. Dynadia est la première structure collective de propagande audiovisuelle du Parti communiste bien qu'elle se définisse comme étant indépendante. Le parti, tout comme les membres de cette structure, insiste sur son caractère collectif. Dans un entretien donné aux *Lettres françaises* en novembre 1970, Jacques Bidou définit Dynadia comme « un groupe de travail, formé de gens d'images et de son (cinéastes, hommes de télévision, photographes, graphistes, etc.)<sup>19</sup> », sans mentionner l'appartenance de ses membres au parti communiste. À l'inverse, le comité central du PCF présente le collectif, sans mentionner son nom, comme « une équipe de militants communistes du cinéma et de la télévision<sup>20</sup> », ou encore comme « un groupe de cinéastes communistes et sympathisants<sup>21</sup> ».

En deux ans, de 1968 à 1970, Dynadia produit des films destinés, pour l'essentiel, à la propagande du parti, à l'instar du film sur le XIX<sup>e</sup> congrès du PCF tenu à Nanterre en février 1970, réalisé par Jean-André Fieschi. Il faut montrer que le parti change, qu'il s'adapte aux nouveaux adhérents qui affluent. La volonté d'ouverture du Parti communiste transparait dans la réalisation du film intitulé *Le Choix*, œuvre collective supervisée par le réalisateur communiste Jean-Patrick Lebel. Ce film, commandé par la fédération et par l'Amicale des vétérans d'Indre-et-Loire du PCF, est conçu comme un élément devant introduire la discussion à l'intérieur des cellules et sections de la fédération<sup>22</sup>.

15. Structure de diffusion, la CPDF est active de 1948 à 1971. Cette coopérative diffuse entre autres des films provenant des pays de l'Est, projetés dans les cellules lors des remises de cartes.

16. À l'occasion des remises de cartes, il est proposé d'utiliser les jeux de diapositives. À cet effet, un projecteur pour diapositives, le Kingalux Super, « appareil pratique et bon marché » est proposé « au prix exceptionnel de 100 francs » (« La propagande du parti par l'image », *La Vie du Parti*, n° 7, novembre-décembre 1968, p. 29).

17. Note de Sébastien Layerle sur *Dix ans de gaullisme, ça suffit!*, Ciné-Archives, p. 1.

18. À cet effet, Dynadia réalise quarante vues sur la régionalisation ainsi qu'une bande-son.  
19. « Le groupe Dynadia », *loc. cit.*, p. 21.

20. « La propagande du parti par l'image », *La Vie du Parti*, n° 5, septembre 1968, 2<sup>e</sup> de couverture.

21. « Réflexions sur Mai », *La Vie du Parti*, n° 1, janvier 1969, p. 25.

22. Fiche documentaire du film *Le Choix*, Ciné-Archives.

Si l'essentiel des films est destiné à un usage interne, certaines productions peuvent rencontrer un écho en dehors du PCF. Ainsi, le film sur la campagne présidentielle de Jacques Duclos, *Les Communistes dans la lutte*, réalisé par Jacques Bidou en 1969, obtient le prix de l'Union internationale des journalistes lors du Festival de Leipzig en novembre de la même année<sup>23</sup>. Ce reportage politique, réalisé caméra à l'épaule, montre l'intérêt que le parti communiste accorde aux sondages et à la télévision. Il insiste sur l'aisance de Jacques Duclos devant les auditoires, les micros et les caméras. Ce film a eu un certain retentissement dans le parti, trente-huit copies ayant été vendues aux fédérations et aux sections<sup>24</sup>.

Le PCF se fait l'écho de ses films dans sa presse, et notamment dans son bulletin de propagande et d'information, *La Vie du Parti*, destiné aux responsables de la propagande à tous les échelons. Chaque numéro, à quelques exceptions près<sup>25</sup>, consacre une pleine page aux nouvelles techniques de l'audiovisuel et plus particulièrement au film, « excellent instrument de propagande<sup>26</sup> ». Par ailleurs, la troisième de couverture, quand elle n'est pas consacrée à une publicité pour les derniers ouvrages des dirigeants, est utilisée pour promouvoir un film diffusé par la CDPF. La coopérative s'occupe en outre de la distribution des produits audiovisuels réalisés par Dynadia. Or, pour faire face à la demande croissante et maintenir son équilibre financier, la structure doit se développer et prendre en charge une partie de la diffusion de ses propres réalisations. De ce fait, la CPDF se trouve en concurrence avec Dynadia. La fusion des deux structures est à l'ordre du jour.

Lors du XIX<sup>e</sup> congrès, dans son rapport au comité central, Georges Marchais analyse les moyens de propagande audiovisuelle dont dispose le parti et décide de les renforcer :

Notre propagande doit donc être à la fois approfondie et plus accessible. Elle doit être également plus diversifiée, c'est-à-dire qu'elle doit mieux tenir compte des différentes catégories sociales et socioprofessionnelles auxquelles elle s'adresse<sup>27</sup>.

23. *La Vie du Parti*, n° 8, novembre-décembre 1969, p. 27.

24. Rapport de Fernand Vigne à la CPDF, 12 mai 1970, Ciné-Archives.

25. Nous avons pu consulter *La Vie du Parti* de septembre 1968 (n° 5) à septembre 1973 (n° 3) à la Bibliothèque nationale de France (BnF), 4-JO-12688.

26. « Réflexions sur Mai », *La Vie du Parti*, n° 1, janvier 1969, p. 25.

27. Marchais Georges, « La lutte contre le pouvoir des monopoles et le rassemblement des forces ouvrières et démocratiques pour une démocratie avancée et le socialisme », *Cahiers du communisme*, n° 2-3, février-mars 1970, p. 91.

Le PCF charge le responsable du secteur propagande, René Piquet, d'impulser une nouvelle orientation<sup>28</sup>. Dès lors, il s'avère nécessaire de disposer d'une seule et même structure permettant la production d'objets audiovisuels et leur diffusion. Début 1971, une société, Canal 10, est créée. Située 50, rue Édouard-Vaillant à Bagnolet (Seine-Saint-Denis), elle préfigure ce que sera Unicité; Jacques Bidou en est déjà le responsable.

Canal 10 a pour mission « d'apporter, avec l'aide de techniciens et de réalisateurs du cinéma, de la télévision et du son, le concours dont le parti aura besoin dans ces domaines pour ses initiatives de propagande<sup>29</sup> ». La société se dote de structures professionnelles et est organisée en trois secteurs: celui de la production chargé de réaliser des films pour le parti, les municipalités communistes et les « organisations démocratiques<sup>30</sup> »; celui de la diffusion qui a pour tâche de favoriser la promotion des films à l'intérieur des organisations et de former des propagandistes techniquement et politiquement aux moyens audiovisuels; enfin, celui de la recherche dont la mission consiste à se tenir informé des développements des techniques et de conseiller les organisations dans leurs choix (jeux de diapositives, films, etc.).

### Les usages militants de l'audiovisuel

Canal 10 sera une structure éphémère car, pour répondre aux règles de la profession et obtenir une carte de producteur et distributeur, la structure doit se transformer en SARL<sup>31</sup>. C'est ainsi qu'Unicité, société d'exportation et d'importation de films, voit officiellement le jour. Le « représentant responsable<sup>32</sup> » est Jean Diard, mais c'est Jacques Bidou, attaché au secteur propagande du Parti communiste, qui en est le responsable effectif. La SARL Unicité est située dans les mêmes locaux que la défunte société Canal 10 et fonctionne désormais avec des salariés, tous militants du PCF.

La création d'Unicité, société juridiquement autonome, permet au Parti communiste de se doter d'une structure active de production audiovisuelle.

28. Platone François, Ranger Jean, « Le Parti communiste français et l'audio-visuel: en vouloir ou pas », *Revue française de science politique*, vol. 29, n° 2, avril 1979, p. 188.

29. Endewelt Robert, « Propagande: à la hauteur des responsabilités », *Cahiers du communisme*, n° 1, janvier 1972, p. 49.

30. Ce terme, fréquemment utilisé par les membres des collectifs Dynadia, Canal 10 et enfin Unicité, désigne tout à la fois les syndicats CGT et SNES, les comités d'entreprise et les Maisons de la Culture.

31. Photocopie de l'autorisation d'exercer l'activité de producteur spécialisé délivrée à Unicité par le Centre national de la cinématographie (CNC) le 21 juin 1972, « Notes historiques sur les sociétés Unité et Zoobabel », Ciné-Archives.

32. Le terme de « représentant responsable » désigne la personne responsable juridiquement de la société nouvellement créée. Il figure sur l'autorisation d'exercer l'activité de producteur spécialisé.

Aux trois secteurs qui composaient Canal 10 vient s'ajouter celui de la formation<sup>33</sup>, indispensable en ces temps où le pouvoir a la maîtrise des médias.

Unicité réalise différents types de produits audiovisuels pour le PCF et les « organisations démocratiques ». Les réalisations portent sur des sujets divers tels que les élections, les municipalités (actualités municipales filmées), l'international (des réalisateurs partent pour le Vietnam, l'Espagne, les pays de l'Est), les luttes, sans oublier la propagande communiste traditionnelle (campagnes d'adhésion, de remise de cartes, etc.). Les jeunes cinéastes d'Unicité savent s'approprier les évolutions de la technique comme le Super 8, le format léger (caméras portatives légères qui permettent la prise de son synchrone) et la vidéo. Cette dernière présente de nombreux avantages. Plus économique que le film, la vidéo est utilisée pour réaliser de petits reportages et pour recueillir des témoignages sur le terrain<sup>34</sup>. Le secteur production est le plus rentable de la société, dont tout l'équilibre économique repose sur lui. La diffusion, qui ne vient qu'en appoint, a dû être entièrement repensée, comme le laisse entendre Jacques Bidou : « On avait hérité d'une espèce de truc poussiéreux, abominable qu'était la CPDF qui diffusait des films soviétiques des années 1950 et sans aucune réflexion sur l'animation<sup>35</sup>. » Si la diffusion est étroitement liée à la production d'Unicité, elle ne se limite pas à ses seuls produits. Le secteur est ainsi chargé de prospecter et de recueillir tous les films en lien avec les idées défendues par le PCF ; il est donc à même « d'intervenir directement dans la bataille politique<sup>36</sup> ». Le catalogue d'Unicité propose différents types de films : des films réalisés à la demande d'organisations ou de « municipalités démocratiques », des films d'auteur sur les problèmes de l'heure, d'autres qui témoignent des luttes des peuples pour leur libération, des films des pays socialistes et des films d'histoire. La diffusion se fait en premier lieu au sein du parti, dans ses sections, cellules et municipalités, mais également dans les « organisations démocratiques » et syndicales – notamment auprès de la CGT –, les Maisons de la Culture, les lycées et les universités. Pour des raisons budgétaires, le secteur diffusion sera réduit suite à l'intégration d'Unicité au parti communiste. La distribution de l'essentiel des films sera confiée dès 1977 à Interfilm,

---

33. Un cinquième secteur, celui des archives, sera créé au milieu des années 1970, sous l'impulsion de Claude Thiébaud. Il commencera le travail de restauration des archives et engagera la conservation des films. Ce secteur deviendra une structure à part entière – Zoobabel en 1985 puis Ciné Archives en 1998 – qui conserve les films et documents du PCF et du « mouvement démocratique ».

34. « Interview de Monsieur Verdier, technicien à Unicité », Fonds Ciné-Archives déposé aux Archives départementales de la Seine-Saint-Denis, 1 AV/14382.

35. « Interview de Jacques Bidou, réalisateur à Unicité », Fonds Ciné-Archives déposé aux Archives départementales de la Seine-Saint-Denis, 1 AV/14381.

36. Document sur Unicité, s.d., « UNI/CI/TE – Dossier presse », Ciné-Archives.



« un organisme ami<sup>37</sup> ». Seules les productions concernant directement le PCF, telles que les campagnes de reprise de cartes ou d'aide aux fédérations, sections et cellules seront conservées par Unicité afin de permettre au Parti communiste de garder le contrôle politique de la distribution<sup>38</sup>.

## Des supports divers

Si le film est considéré par le PCF comme un bon moyen d'intervention, il n'est cependant pas le seul<sup>39</sup>. La nécessité d'adapter le support en fonction du public visé est une préoccupation constante des jeunes ciné-militants qui recherchent le meilleur outil de propagande selon les situations. Leurs réflexions peuvent ainsi les conduire à détourner des supports existants de leur usage usuel à des fins de propagande.

### *Diapositives et murs d'images*

Outre le montage sonorisé de diapositives, dont l'expérience Dynadia a montré qu'il était un support particulièrement adapté pour les sections et cellules, les techniciens et créateurs d'Unicité développent des supports variés tels que les murs d'images, réalisés en collaboration avec le collectif Grapus<sup>40</sup>, et les journaux muraux. Si le journal mural n'est pas une chose nouvelle en soi, son utilisation sur le plan politique en renouvelle le genre. Il permet de répondre rapidement aux informations « orientées<sup>41</sup> » qui pénètrent très rapidement dans la population par le biais de la radio et de la télévision.

### *Disque souple*

Un autre support détourné par les « Géo Trouvetous<sup>42</sup> » d'Unicité est le disque souple, jusqu'alors utilisé par les publicitaires. Unicité utilise ces 45 tours pour y enregistrer des messages politiques. Moins coûteux que les 45 tours traditionnels, facilement et rapidement réalisable, le disque souple est gravé sur les deux faces, ce qui offre douze minutes de propagande pour moins de deux francs. Très utilisé en période électorale, ce support permet au candidat de s'adresser directement aux électeurs. Unicité réalise d'abord des disques

37. « Activité d'UNI/CI/TE pour l'année 1977 », 26 juin 1978, p. 1, archives du PCF, 206J – UNICITE.

38. *Ibid.*

39. Document sur Unicité, [1974], « UNI/CI/TE – Dossier presse », Ciné-Archives.

40. Le collectif de graphistes Grapus – qui doit son nom au condensé de « graphistes » et de « crapules staliniennes », appellation donnée alors par leurs opposants – a beaucoup contribué à la création picturale du PCF et de la CGT des années 1970 aux années 1990.

41. Section d'Arcueil (Val-de-Marne) du PCF, « Un journal mural, pourquoi et comment? », *La Vie du Parti*, n° 6, août-septembre 1969, p. 24.

42. Expression employée par Julie Cazenave, responsable du fonds Ciné-Archives.

souples pour les élections législatives de 1973<sup>43</sup> avant de reprendre ce procédé à plusieurs reprises, en particulier lors d'élections locales ou nationales<sup>44</sup>. Tout comme les diapositives, le disque est un support dont la diffusion est aisée. En effet, près de la moitié des foyers disposent d'un électrophone en 1976<sup>45</sup>. C'est un support rentable, qui permet en outre une écoute collective. Pour être efficace, le message délivré doit être bref et « centré sur une ou deux idées essentielles<sup>46</sup> ». Au discours monotone est privilégiée l'interview.

### *Cassette audio*

L'autre support sonore largement répandu dans ces années 1970 est la cassette audio. Les membres d'Unité imaginent un temps coupler la vente de ces mini-cassettes avec certaines publications du parti, telles que l'hebdomadaire *France nouvelle*<sup>47</sup> ; la diffusion dans les cellules, sections et municipalités pouvant se faire au même titre que les diapositives.

### *Télévision*

Enfin, des expériences de télévision locale, appelées « circuits fermés de télévision », sont mises en place dans les municipalités et lors des grands événements du parti. Ils reposent sur l'utilisation de la vidéo qui facilite la retransmission simultanée sur plusieurs postes<sup>48</sup>.

Mais le choix du support n'est pas une fin en soi. Pour avoir un impact important, il est également nécessaire de faire de bons produits : le travail journalistique est privilégié sur le travail cinématographique. Il faut convaincre par le ton et non par la technique. Unité propose aussi son aide dans ce domaine, par le biais de son secteur formation.

43. Fonds Ciné-Archives déposé aux Archives départementales de la Seine-Saint-Denis, 4 AV12/482, 4 AV12/483, 4 AV12/484, 4 AV12/485, 4 AV12/486.

44. Citons, à titre d'exemple, « Le PCF s'adresse à vous », disque réalisé pour les élections présidentielles de 1974. Plusieurs disques seront également réalisés dans le cadre des élections cantonales de 1977 et législatives de 1978.

45. Fiche technique : « Le disque souple : Faire pénétrer notre parole dans les foyers », s. d. [novembre 1976], p. 2, Archives du PCF, 206.J – UNICITE.

46. *Ibid.*

47. « L'information sonore », *La Vie du Parti*, n° 3, février 1972, p. 12. Sur l'utilisation de la minicassette, voir aussi « Réflexions sur un moyen de propagande », *La Vie du Parti*, n° 3, septembre 1973, p. 20.

48. Cette forme particulière de propagande a été utilisée le 27 avril 1973 lors de la rencontre entre les habitants de Toulouse, Georges Marchais et René Piquet. Quatre caméras réparties dans le Palais des Sports retransmettaient sur écran géant, par l'intermédiaire d'un eidophore, les images des débatteurs et de leurs interlocuteurs situés dans le public. À l'extérieur du bâtiment, plusieurs téléviseurs retransmettaient le débat.

## Formations

Les professionnels d'Unicité apportent leur concours à la fois technique et politique aux organisations afin de former des propagandistes de type nouveau. Ces formations s'adressent aux militants du PCF à tous les niveaux, permettant par conséquent à celui-ci de « décentraliser son activité de propagande<sup>49</sup> ».

Plusieurs types de stages sont proposés, du stage d'initiation aux techniques d'information, consistant en une approche globale des différents supports d'information (écrits et audiovisuels), aux stages spécialisés qui permettent d'approfondir une technique et de réaliser un produit audiovisuel. Unicité propose également des stages à la demande. Ainsi, elle peut organiser des formations sur un aspect précis tel que l'expression orale, « Comment savoir parler à la télé », ou sur un ensemble de connaissances théoriques à acquérir, « Les techniques de propagande et de communication », associées à des exercices pratiques comme la fabrication d'un journal sonore, la conception d'une affiche ou la réalisation d'un audiovisuel<sup>50</sup>.

Le secteur formation considère les municipalités communistes comme une cible naturelle. Unicité travaille avec les services informations des villes communistes de plus de 25 000 habitants situées dans la région parisienne<sup>51</sup>. Les stages portent aussi bien sur la réalisation d'un bulletin municipal que sur l'organisation de réunions publiques, sur le rôle de l'affiche et du calicot, ou encore (et surtout) sur l'utilité de l'audiovisuel.

Outre aux aspects techniques et politiques, Unicité forme aussi les militants à l'utilisation des appareils de projection. Elle conseille aux sections l'achat du Technicolor 1000, appareil de projection de Super 8 à cassette, d'un emploi très simple et maniable, qui permet la diffusion de films 16 mm, format le plus répandu au catalogue de la société.

Enfin, Unicité apprend aux dirigeants du parti l'usage de l'outil télévisuel. Des conseils leur sont prodigués pour retenir l'attention de l'auditoire. Ici encore, l'expérience de production d'Unicité pour la télévision va servir le Parti communiste. Et le PCF va s'intéresser de très près à la télévision en même temps qu'il absorbera Unicité.

## Vers la communication télévisuelle

La télévision a longtemps été un média hors de portée des partis d'opposition. Avec l'élection présidentielle de 1965, la télévision s'ouvre, le temps de la

---

49. Platone François, Ranger Jean, « Le Parti Communiste français et l'audio-visuel... », *loc. cit.*, p. 197.

50. « Stage de formation aux techniques d'information », s.d. [1976], p. 3, Ciné-Archives.

51. « Note au C.C. : "Quelques réflexions sur le travail avec nos municipalités" », 17 juin 1976, p. 1, Ciné-Archives.

campagne, à l'ensemble des candidats. Par ailleurs, elle s'impose dans la vie des Français. Le taux d'équipement des ménages augmente de manière significative entre 1965 et 1976, passant de 45,6 % à 85,8 %<sup>52</sup>. Si le PCF est présent à la télévision, il n'est généralement qu'un sujet parmi d'autres lors des émissions d'information. Il ne s'y exprime pas directement<sup>53</sup>. Il accédera progressivement à la télévision par le biais des émissions politiques qui se développeront dans la décennie 1970<sup>54</sup>. Les grands débats télévisés amènent « les partis à s'adapter aux nouvelles règles du jeu : celle du spectacle, du duel, de la théâtralisation de la vie politique<sup>55</sup> ». La voix du parti peut alors se faire entendre et il est donc nécessaire de bien préparer ces émissions. C'est pour cela que les membres des collectifs Dynadia puis Unicité produiront des films courts pour le petit écran et conseilleront les intervenants communistes. En cette période d'union de la gauche, ceux-ci doivent convaincre au-delà de leur seul électorat. La télévision leur permettra de toucher un public plus large.

### Expériences télévisuelles

La première émission qui leur en donne l'occasion est *À armes égales*, émission mensuelle d'information politique, économique et sociale, diffusée sur la première chaîne entre février 1970 et avril 1973. Cette émission est présentée par Michel Bassi, directeur du service politique du *Figaro*, et Alain Duhamel. *À armes égales* renouvelle le face-à-face entre deux invités en intégrant une dimension plus moderne, reposant sur l'utilisation des nouveaux moyens audiovisuels, et faisant participer le public. Ainsi, « l'élément clé de la formule<sup>56</sup> » est la diffusion, avant le débat, d'un film d'une dizaine de minutes réalisé *sous la responsabilité* des invités, comme le souligne Michel Bassi. Pour sa première émission, sur le thème du patriotisme, les réalisateurs<sup>57</sup> ont choisi deux grands débatteurs bien connus du grand public, Michel Debré, ministre des Armées,

52. Bourdon Jérôme, « Tableau 5. Taux d'équipement des ménages en télévision (1954-1990) », *Haute Fidélité. Pouvoir et télévision, 1935-1994*, Paris, Seuil, 1994, p. 354. Les chiffres donnés proviennent de l'INSEE.

53. Platone François, Ranger Jean, « Le Parti communiste français et l'audio-visuel... », *loc. cit.*, p. 185.

54. Après le succès de *Face-à-face* diffusé sur la première chaîne de 1966 à 1969, de nouvelles émissions politiques se font jour dans les années 1970, telles que *À armes égales*, *La parole est aux grands partis politiques*, *L'émission des formations politiques* ou encore *Cartes sur table*.

55. Blum Sylvie, *La télévision ordinaire du pouvoir*, Paris, PUF, coll. « Politique d'aujourd'hui », 1982, p. 47.

56. Luglia Rémi, *À armes égales : monographie d'une émission politique télévisée, 1970-1973*, DEA Histoire du xx<sup>e</sup> siècle, sous la direction de Jean-Noël Jeanneney, IEP de Paris, 1999, p. 15.

57. Outre Michel Bassi et Alain Duhamel, trois autres personnes produisent l'émission. Il s'agit d'André Campana, journaliste au service politique du *Figaro*, Jean-Pierre Alessandri, assistant-réalisateur à l'ORTF et Igor Barrère, déjà producteur de l'émission de débat politique *Face-à-face* en 1966. Cf. Luglia Rémi, DEA cité., p. 20.

et Jacques Duclos, dirigeant communiste et candidat aux élections présidentielles de 1969. Michel Bassi précise d'entrée de jeu que chaque invité a travaillé « depuis un mois environ<sup>58</sup> » à la réalisation de son film, ce qui n'était pas sans leur poser problème car « ce ne sont pas des cinéastes et il s'agissait d'adapter leur langage, qui est un langage d'homme politique, au cinéma<sup>59</sup> ». Alors que le film de Michel Debré, *Patrie notre avenir*, a été réalisé par Jean-Pierre Alessandri, producteur de l'émission<sup>60</sup>, celui de Jacques Duclos, *Deux chansons françaises*, est l'œuvre du réalisateur communiste Jacques Krier, sous le contrôle d'André Campana. Par ce film, qui retrace l'histoire de France depuis la Révolution française, Jacques Duclos se démarque de son adversaire. S'ouvrant sur les images de *La Marseillaise* de Jean Renoir, avec l'hymne national en fond sonore, le film s'achève sur des ouvriers sortant d'une usine sur fond d'*Internationale*. Sur un récit filmique, Jacques Duclos commente les événements historiques. La participation intégrante du dirigeant communiste au film renforce l'impact de celui-ci. Contrairement à Michel Debré, Jacques Duclos a su tirer parti des possibilités offertes par l'audiovisuel. Ce processus de narration sera ensuite repris par divers invités, de droite comme de gauche, notamment par Jacques Chirac dans l'émission du 20 septembre 1971 qui l'oppose à Georges Marchais<sup>61</sup>. Là encore, le film projeté par le dirigeant communiste est l'œuvre d'un réalisateur proche du parti, Gérard Chouchan. Intitulé *Changer de cap*, il fait la part belle aux ouvriers et militants du Parti communiste qui sont interviewés sur les problèmes courants des Français. *Voie libre*, le film réalisé par François Moreuil pour Jacques Chirac, fait quant à lui appel à des acteurs, ce qui lui vaut les railleries de Georges Marchais qui en profite pour insister sur la véracité de son film : « Je note déjà que vous êtes obligé d'aller chercher des acteurs. Vous verrez, dans mon film, ce sont des travailleurs<sup>62</sup>. »

Par la suite, le collectif Unité s'occupe de la réalisation audiovisuelle destinée à la télévision, notamment pour l'émission *La parole est aux grands partis politiques*<sup>63</sup>. En quinze minutes, le PCF doit faire passer ses idées au plus grand nombre. Quelle est la meilleure façon de le faire ? Le discours face caméra ne passe plus. Pour impulser une dynamique, l'idée est de présenter deux dirigeants du parti conversant sur les problèmes de l'heure. L'émission du jeudi 30 novembre 1972 donne l'occasion à Georges Marchais et à René Andrieu, rédacteur en chef de *L'Humanité*, de discuter du Programme com-

58. *À armes égales*, « Être patriote », émission du 17 février 1970, Archives Ina, Inathèque.

59. *Ibid.*

60. Jean-Pierre Alessandri réalisera à plusieurs reprises les films des invités politiques issus de la majorité.

61. *À armes égales*, « Les partis politiques dans la France d'aujourd'hui », émission du 20 septembre 1970, Archives Ina, Inathèque.

62. *Ibid.*

63. Cette émission d'un quart d'heure est diffusée sur la première chaîne à partir de 1971.

mun et d'inviter les téléspectateurs à se rendre au meeting qui doit se tenir le 1<sup>er</sup> décembre suivant. L'émission du 14 juin 1973 est encore enrichie puisque cette fois-ci, c'est le journaliste communiste Michel Cardoze qui mène l'entretien entre René Piquet, responsable de la propagande, et Paul Laurent, député communiste de Paris, sur le thème des libertés. Un court reportage réalisé par l'équipe d'Unicité vient illustrer les propos des deux dirigeants. Une fois encore, l'émission sert de tribune au Parti communiste pour appeler à la manifestation du 20 juin pour la défense des libertés.

### Intégration au système de propagande du Parti communiste français

L'année 1975 marque un renforcement des relations entre le parti et Unicité. Un nouveau choix s'impose : soit Unicité décide d'être une société indépendante et de conserver son autonomie complète par rapport à la direction du parti, Jacques Bidou quittant le secteur propagande ; soit elle s'intègre totalement au secteur propagande afin de centrer exclusivement son activité vers les organismes du parti (comité central, fédérations, sections, municipalités). C'est finalement la seconde option qui l'emporte : Unicité est intégrée au système de propagande du parti, comme en témoigne, à la fin de l'année 1975, le changement de gérant en la personne de Pierre Éloire, collaborateur du secteur propagande du PCF<sup>64</sup>. Début 1976, Unicité quitte la ville de Bagnolet pour de nouveaux locaux situés au 112 boulevard de la Villette à Paris, à quelques numéros du siège du parti communiste.

L'arrivée de Pierre Juquin au secteur propagande à la suite du XXII<sup>e</sup> congrès du PCF, tenu à Saint-Ouen du 4 au 8 février 1976, renforce davantage la mainmise du parti sur Unicité, avec la volonté de faire une propagande moderne reposant sur les moyens audiovisuels, ce qui implique de « faire une communication plus en prise sur la réalité<sup>65</sup> ». Pour celui qui fait figure de rénovateur de la propagande du PCF, il est nécessaire de s'adresser au citoyen dans sa globalité, partant du constat que les travailleurs sont également des consommateurs. Avec ce nouveau responsable, c'est toute la propagande du parti qui est remaniée sur le modèle de l'utilisation des nouveaux moyens de communication. Jacques Bidou devient responsable de l'audiovisuel au sein du PCF et l'un des conseillers de Pierre Juquin.

---

64. « Demande d'autorisation d'exercice. Société d'exportation et d'importation de films », p. 2, « Notes historiques sur les sociétés Unicité et Zoobabel », Ciné-Archives.

65. Entretien avec Pierre Juquin, en présence de Julie Cazenave de Ciné-Archives et de Pauline Gallinari, Paris, siège du PCF, 11 juillet 2007.

### Conséquences

L'intégration d'Unicité à l'appareil du parti n'est pas sans conséquences sur son fonctionnement. Le volume de ses activités baisse sensiblement puisqu'il dépend désormais uniquement du rythme politique du PCF. En revanche, le secteur formation se développe et apporte son aide et ses conseils à divers échelons. Cette activité n'étant pas rémunérée, Unicité doit revoir son fonctionnement en interne. La diminution de ses frais de structure se traduit par une réduction du nombre de ses salariés, passant de quinze en 1976 à neuf en 1978<sup>66</sup>. Le recours à des professionnels extérieurs conserve un caractère exceptionnel. Unicité fonctionne avec le minimum de personnes, faisant appel au bénévolat. La structure continue à produire des films mais se focalise désormais sur la production pour la télévision. Elle fonctionne de manière intégrée au secteur propagande, coordonnant la communication autour de la campagne des élections européennes de 1979. Unicité n'est plus la petite structure autonome qui souhaitait mettre ses compétences au service du Parti communiste et du mouvement démocratique, elle est désormais l'un des rouages de l'appareil de communication du PCF.

Le Parti communiste français est l'une des rares formations politiques françaises à avoir pris en compte le fait audiovisuel dans sa propagande presque dès sa création<sup>67</sup>. Le PCF a mis en place ses propres unités de production et de diffusion afin de produire des films au service de ses idéaux. Il a su contrôler et maîtriser sa propagande, y compris quand celle-ci était faite par d'autres. L'expérience Unicité en témoigne.

La jeune génération issue des États généraux du cinéma français a offert au PCF des réalisateurs et des techniciens, mais surtout des inventeurs. Utilisant les nouvelles techniques audiovisuelles qui se font jour dans les années 1970 et détournant les supports de leurs fonctions premières, ils ont créé de nouvelles façons de faire de la propagande. Ils ont su à la fois produire et diffuser leurs réalisations, former les militants novices à l'utilisation de ces techniques et appréhender la télévision dont la maîtrise était jusqu'alors l'apanage du pouvoir en place. Ce sont ces ciné-militants qui, au travers d'Unicité, ont contribué à faire prendre conscience au Parti communiste de l'utilité des nouveaux moyens audiovisuels, en particulier de la télévision où excella un temps son secrétaire général Georges Marchais. Le PCF leur doit sa communication audiovisuelle des années 1970. À cet égard, l'expérience Unicité constitue une réussite pour le PCF puisqu'elle lui a permis de maîtriser en interne les nouvelles techniques de communication. Si l'intégration de la structure à l'appareil du parti a limité les innovations et freiné la création, elle a conduit certains membres

66. « Activité d'UNI/CI/TE pour l'année 1977 », 26 juin 1978, p. 1, Ciné-Archives.

67. Platone François, Ranger Jean, « Le Parti communiste français et l'audio-visuel... », *loc. cit.*, p. 184.

d'Unicité à pénétrer l'appareil. Le responsable d'Unicité, Jacques Bidou, travaillera aux côtés de Pierre Juquin sur tous les aspects de la propagande, audiovisuels ou non<sup>68</sup>. Son expérience dans le domaine des techniques audiovisuelles sera notamment utilisée lors de la mise en place des radios libres quelques années plus tard<sup>69</sup>. Après l'élection présidentielle de 1981, le secteur propagande est rebaptisé « secteur propagande et communication ». Le PCF fait désormais appel à des professionnels extérieurs, parfois non communistes<sup>70</sup>. Une page est tournée. Que reste-t-il de l'expérience Unicité ? Des monceaux d'archives qui ont encore beaucoup de secrets à livrer.

---

68. L'intégration est complète pour Jacques Bidou qui, suite à la nomination de Jack Ralite comme ministre de la Santé en 1981, deviendra le responsable intellectuel pour les médias et arrêtera de travailler à Unicité.

69. Lefebvre Thierry, *La bataille des radios libres, 1977-1981*, Paris, Nouveau Monde Éditions, 2008, p. 196 et 233.

70. Le parti communiste avait déjà fait appel en 1979 à une agence de communication extérieure, l'agence Éditorial, pour concevoir l'affiche de la campagne des élections européennes. Cf. « Pour la France, votez communiste », mai 1979, collection d'affiches du PCF, cote 89FI488.