

C'est pourquoi (très schématiquement) on peut distinguer plusieurs types de feuilles :

-- une feuille politique simple

Pour démarrer un travail, on peut faire le choix de commencer par distribuer une feuille politique simple, sans "articles de boîte" .

Son but n'est alors pas d'avoir une grosse influence ni une audience de masse, mais de dégager un noyau politique, en développant les principales orientations de la Ligue au niveau propagandiste, mais de manière très simple et très accessible . (cf. Annexe I : exemples de tracts : n° 6)

A ce stade, une telle feuille est suffisamment générale pour être distribuée sur plusieurs entreprises . Son contenu doit être extrêmement travaillé .

Ce choix correspond à une option politique nette . Il permet d'éviter de pseudo-feuilles de boîtes, mal informées, dont les articles portant sur l'entreprise elle-même sont extrêmement frustes, et même infra-syndicaux .

-- la feuille de boîte "modèle classique"

Pour produire régulièrement une feuille liée à une entreprise ou à une branche, il faut s'appuyer sur une certaine implantation : il faut avoir non seulement des "contacts" dans la boîte, mais des gars capables de penser un peu politique . C'est la seule garantie effective pour faire un travail sérieux d'agitation locale et ne pas écrire n'importe quoi .

N.B.

Même à ce stade, la feuille de boîte peut s'appuyer encore sur la feuille politique simple et générale: Ex. le système de presse organisé autour de la "Lutte Continue" de Rouen (cf. ANNEXE II : articles de Rouge : La Lutte continue): Après un an d'existence, la feuille "La Lutte Continue" a maintenant une implantation régionale solidement établie. Diffusée à 20.000 exemplaires, elle ne peut contenir les articles d'entreprise relatifs à toutes les entreprises touchées . Aussi est-elle maintenant doublée localement, entreprise par entreprise, d'un supplément local lié à l'actualité locale, la feuille centrale traitant des questions politiques générales et des événements de portée régionale .

-- les interventions ponctuelles

C'est le cas notamment des feuilles distribuées sur les boîtes en grève . Il faut être capable de sortir rapidement un matériel ad hoc sur l'entreprise en question, même si par la suite, il ne se révèle pas payant de continuer l'intervention sur l'entreprise elle-même régulièrement par la suite .

d) la difficulté du travail d'agitation

Il est plus difficile d'écrire un bon tract d'agitation de 25 lignes qu'un long article explicatif . C'est presque un art . Même des militants très formés peinent laborieusement et tatonnent face à ce type d'intervention "trop simple", trop direct.

Certes, la théorie est claire : dire en peu de mots des choses susceptibles de frapper beaucoup de gens et d'être comprises par le plus grand nombre . Pour cela partir du fait le plus connu, le plus frappant, et s'appuyer sur ce fait connu de tous pour expliquer, marteler une ou deux idées-force, le tout avec des phrases claires et percutantes .

Mais le mieux est de donner de bons exemples d'articles d'agitation : cf Annexes : exemples de tracts : n°s 7 et 8 .

Un moyen extrêmement efficace, lorsque c'est possible, c'est celui des révélations politiques : dénoncer des scandales, des injustices que le patron s'appliquait à masquer soigneusement, et qui restaient dans l'ombre...

(CF. Annexe : 2 : article de Rouge sur "la Taupe")

Pour l'agitation la question du ton est extrêmement importante : il faut renouer avec la veine satirique, que le stalinisme a fait tarir, mais qui a été si vivante dans le mouvement ouvrier . Deux ou trois coups de crocs bien ajustés sur une vilénie patronale suffisent parfois à gagner beaucoup de sympathies .