

GRAPHISME ET CONTESTATION

Le graphisme sur le terrain des luttes politiques et sociales

SOMMAIRE

Abstract	p.3
Introduction	p.4
Facture des images	p.5
Message et signature	p.7
Moyens de diffusion	p.8
Conclusion	p.9
Références	p.17

ABSTRACT

Images have a considerable importance in political protests and social movements. From clumsy letters addressing a clear message painted on cardboard to more conceptual posters made by graphic designers or artists, claims through texts and images are an essential part of social struggles. I chose this research subject after doing my internship at La DAR, a social center very focused on politics. I then questioned myself about the images created to promote a social movement and within these movements. For this work I observed the particularities of pictures created within social struggles and noticed that text is used as the primary communication tool. In fact, it is quite common to find images containing text only, without including any photography or illustration. They are often handmade. Photography is rarely used, indeed it is not uncommon to find illustrations, as it is easier to express an idea with a drawing than with a photograph. I noticed as well that mostly cheap printing methods have been used within social movements. Screen printing was mostly practiced during the protests of May 1968 and is still used by many artists and graphic designers today. The promotion media are varied. Some of them are conventional such as posters, stickers, signs and banners. Others are more unconventional and specific to the activist sphere, such as the body (the biggest activist community using their body as a medium are Femen), plastic foil or feminist street collages presenting bold letters on a white background (“colleureuses” collectives began in France and are spreading through different countries such as Belgium, Germany and Syria). I can conclude by saying that while there are no rules to create an activist picture, political images created during social struggles often have a specific aspect. Promotion media is made to have an impact on the general public.

« La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'Homme : tout Citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement¹. »

La manifestation, un droit fondamental évoqué de cette manière dans la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen, est un rassemblement permettant de revendiquer publiquement et collectivement une opinion politique, de lutter, de contester. Elle est un symbole de liberté d'expression, souvent festive avec de la musique et des chants, parfois plus commémorative et solennelle, souvent mobile et parfois stagnante.

La revendication politique et militante peut également passer par d'autres moyens que la manifestation, notamment par une opération militante quelle qu'elle soit (par exemple une installation ou des collages) ou encore par l'occupation d'une ZAD. Ce sont sur ces exemples-là que ma recherche se basera.

Dans les luttes sociales, quelle que soit la méthode employée, des images sont créées et diffusées et des dispositifs sont mis en place. La France possède une histoire riche de contestations : de la Révolution Française aux caricatures de Daumier, on peut considérer qu'il est de tradition française d'avoir des images au service d'un contre-pouvoir. Cette dite tradition explose durant les grèves de mai 1968, lorsque des images et signes contestataires simplifiés sont produits à l'école des Beaux-Arts de Paris, un lieu d'excellence artistique académique, mêlant alors art et révolution. Cet événement influence largement la pratique d'un graphisme social, notamment avec le collectif Grapus. C'est donc pour ces raisons que mon mémoire se penchera sur les images de luttes en France.

Nous verrons tout d'abord de quoi se compose la facture d'une image de lutte et comment elle est produite, puis nous nous pencherons sur la rhétorique employée pour produire les messages de celles-ci. Enfin, nous examinerons les moyens de diffusions de ces images et leur rôle dans la revendication.

¹ Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1789

INTRODUCTION ⁴

FACTURE DES

Les composants graphiques des images...

Le texte a un rôle majeur dans les images sur le terrain. En effet, il est omniprésent sur la majorité des supports et se passe souvent d'images. Il se suffit à lui-même pour faire passer un message. Les mots offrent la possibilité de revendiquer une idée claire, sans passer par l'abstraction. La compréhension peut alors être immédiate pour le grand public. De ce fait, c'est généralement le texte qui prime sur l'image dans le graphisme de luttes. On peut généralement voir des lettrages, dessinés à la peinture ou tracés avec un feutre épais. Le visuel *Rêve Générale* de Gérard Paris-Clavel (1), décliné en autocollants et en bache, est une création entièrement typographique avec des lettres peintes à la main².

Quand des images sont utilisées dans la communication graphique de luttes, l'illustration est largement préférée à la photographie. Utilisée en tant que signe plutôt qu'en tant qu'image, elle offre plus de libertés quant au sujet représenté car il est plus facile et plus rapide de rendre compte d'une idée abstraite. Cette technique peut témoigner d'une volonté de fabrication de l'image, d'une appropriation d'un message ou encore d'une dimension sociale présente dans la notion du « faire soi-même ». L'illustration prit une grande importance dans les luttes de mai 1968 et permit de créer des images iconiques qui seront reprises par la suite, comme par exemple l'usine au poing levée (2) reprise en 2003 par Benjamin Lecourt en soutien à la lutte contre le SIDA (3).

Les contrastes sont relativement forts puisqu'il s'agit essentiellement de contrastes clair-obscur. Les différentes luttes ont parfois des couleurs bien distinctes pour les représenter. Les luttes sociales et anticapitalistes utilisent majoritairement le rouge (4), couleur emblématique des mouvements politiques et syndicaux de gauche et d'extrême gauche. Les combats écologistes se caractérisent plutôt par le vert (5), tandis que les féministes ont adopté le violet (6).

Sur le terrain, on peut observer beaucoup de graphisme laissant apparaître une fabrication brute. Les images ne sont pas lissées car le but n'est pas de montrer un idéal comme c'est le cas dans la publicité, mais on revendique ici une authenticité, parfois une urgence. Même si des militants favorisent l'outil numérique (notamment les partis politiques, organisations syndicales et associations qui préparent en amont et distribuent leur communication), le fait-main reste majoritaire et omniprésent.

Étude d'un cas : Sébastien Marchal³ (7)

La série de quatre affiches auto éditées *Où va l'argent?*, (qui se complète avec l'affiche *Aidons les riches* réalisée en 2021) a été éditée en 2023 à l'occasion des manifestations contre la réforme des retraites.

Au même titre que la plupart de ses images, *Où va l'argent?* a été réalisée grâce aux outils numériques.

Les affiches politiques de Sébastien Marchal sont pourvues de sens qui ne sont pas forcément évidents au premier abord. De cette manière, le spectateur est amené à se saisir en observateur de l'image pour y participer par sa réflexion et par sa recherche du sens que peuvent prendre les symboles qui la construisent.

L'affiche *Où va l'argent? #3* est un exemple adéquat pour soutenir ce propos. C'est une image qui peut se regarder à l'endroit comme à l'envers (un usage indiqué grâce aux deux flèches tournantes au milieu de l'entonnoir), et en fonction de l'orientation du regard, le sens de l'image change. Quand il est à l'endroit, l'entonnoir peut faire allusion au gavage, notamment au gavage des oies

2 Gérard Paris-Clavel, *Avec 2*, exposition à la Maison d'Art Bernard Anthonioz, Nogent-sur-Marne du 7 au 12.11.2017

3 Entretien avec Sébastien Marchal 27.02.2023

IMAGES

en vue de la consommation de leur foie. Cette idée peut alors être interprétée comme une critique de la captation des richesses en grand nombre au service d'un petit nombre. L'image retournée prend une signification assez différente. Entre la Renaissance et le XVIII^e siècle, l'entonnoir est associé au médecin et devient par extension le couvre-chef du charlatan. Dans la bande-dessinée franco-belge depuis la deuxième moitié du XX^e siècle, l'entonnoir à l'envers représente la folie⁴.

...et leur production

La sérigraphie est un moyen de production largement utilisé. Elle a joué un rôle majeur durant les grandes manifestations de mai 1968, où des ateliers d'impression se sont créés dans de nombreuses grandes villes françaises, notamment au sein de l'école des Beaux-Arts de Paris⁵ (8). La sérigraphie est un moyen d'impression rapide et promptement rentable économiquement. Cette technique possède aussi l'avantage d'être portable. Par exemple, les ateliers populaires de Besançon permettent aux militants de créer et d'imprimer des images en sérigraphie pendant les manifestations (9).

La photocopie est un moyen simple et peu coûteux de produire des images et il est accessible à tout le monde. Elle connaît quand même certains désavantages puisqu'il n'est pas possible d'imprimer de grands formats.

Le fait-main est un moyen omniprésent de produire du matériel de lutte. Presque aucune ressource technique n'est requise pour créer des pancartes ou des banderoles à la main. La production en masse n'est donc plus possible. C'est cependant un moyen qui peut témoigner d'une urgence ou d'une spontanéité dans l'action.



4 Fabienne Gallaire, « La folie de l'entonnoir : petit mystère iconographique », Ligne de Science, 13.01.2019

5 « Mai 68 et les œuvres contestataires : Aux arts, citoyens! », MUCEM

MESSAGE

ET

La construction du slogan

Olivier Reboul, philosophe, définit le slogan comme :

« une formule concise et frappante, facilement repérable, polémique et le plus souvent anonyme, destinée à faire agir les masses tant par son style que par l'élément d'autojustification, passionnelle ou rationnelle⁶ ».

Les slogans utilisent une rhétorique assez simple: on retrouve différentes figures de style, notamment des métaphores et hyperboles. Souvent, ils sont courts et pourvus de rimes, ce qui le rend faciles à mémoriser, et les messages sont brefs et concis. Les slogans peuvent être inventés de A à Z ou reprendre une phrase pour la détourner (10).

L'humour a aussi une place importante dans le slogan. (11)

« Il y a quelque chose de festif et, ultimement, de positif dans ces démarches-là. Je pense que l'humour est l'élément numéro un pour dédramatiser des situations et pour passer des messages de façon moins confrontante⁷ »

affirme Mathieu Bouillon, concepteur-rédacteur chez Sid Lee. L'humour permet en effet de dédramatiser une situation, d'apporter de la joie dans un mouvement social. Apporter de la joie dans la lutte, c'est également l'objectif de Gérard Paris-Clavel avec des slogans comme « Rêve générale » ou « Utopiste debout » (12) : le but est de ne pas dénoncer le malheur en le montrant⁸.

La signature

Dans la publicité, l'accroche est quasiment toujours accompagnée d'un logo ou d'un nom de marque, pour identifier à quoi ou à qui elle fait référence. Ce n'est pas le cas dans le milieu de la lutte sociale. Le message est parfois associé au logo d'un mouvement (parti politique, syndicat...), mais il reste généralement sans signature. Si les manifestants ne signent pas leurs pancartes, c'est aussi le cas de Gérard Paris-Clavel, qui raconte qu'il ne signe pas ses travaux car c'est le geste qui est important et non l'artiste⁹. On peut supposer que le manque de signature relève d'une volonté de dépersonnali-

ser le message pour le rendre universel. L'absence de nom montre mieux le « je » collectif ou le « nous ».

(10)



(11)



(12)



6 Mostafa Aboutayeb, « Approche énonciative du discours de contestation : cas du slogan »

7 Valérie Simard, « L'art de créer une pancarte qui se démarque dans une manifestation », La Presse, 25.09.2019

8 Entretien téléphonique avec Gérard Paris-Clavel 11.10.2023

9 Interview « Artiviste que fais-tu ? » avec Gérard Paris-Clavel, 11.06.2015

SIGNATURE

MOYENS DE DIFFUSION

Le collage d'affiches dans la rue

Le collage est un moyen de diffusion des affiches contestataires largement répandu. Lors de mon entretien avec Sébastien Marchal, il m'a dit accorder une grande importance à la propagation de ses images dans l'espace public puisque c'est pour lui le meilleur moyen de confronter les passants au problème contre leur volonté (13). Les affiches sont collées de manière pirate, c'est-à-dire dans l'illégalité.

Le graphisme de luttes sociales se diffuse dans la rue pour confronter le grand public. Cependant, il y a des emplacements bien spécifiques pour coller en toute légalité. En effet, selon la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes : « *chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées* ». Des dispositifs d'affichage libre sont alors mis en place à cet effet dans toutes les communes françaises (la taille de l'affichage dépend du nombre d'habitants de la commune – article R581 2 –). Ces dispositifs sont réservés à l'affichage d'opinion et la publicité des associations à but non lucratif¹⁰.

Différents supports de diffusion

De nombreux supports de communication différents sont mis en place lors des luttes sociales. Certains sont assez conventionnels, comme les affiches ou les autocollants qui sont largement utilisés. La banderole est un moyen de diffusion qui, même s'il n'est pas propre au militantisme, y est fortement assimilé. Dans *Le pouvoir est dans la rue* de Danielle Tartakowsky, elle considère que « *la banderole porte le symbole du groupe ; elle en brandit publiquement le nom* ». La banderole est donc pourvue d'une symbolique forte puisqu'elle incarne l'unité, le rassemblement, le nous (14). Il existe aussi des moyens de diffusion non-conventionnels. Ces dernières années, nous avons pu voir apparaître en manifestations des films plastiques sur lesquelles des textes sont écrits à la peinture en bombe aérosol. On peut imaginer que ce moyen

d'expression est une façon d'avoir recours aux graffitis sans pour autant vandaliser un lieu public.

Le mouvement Femen, mouvement féministe originaire d'Ukraine et créé en 2008, utilise le corps comme moyen de diffusion. Les militantes Femen s'affichent torse-nu avec des messages inscrits sur la poitrine, le ventre ou les bras (15). C'est avec ce comportement provocateur qu'elles s'assurent une médiatisation.

Les collectifs de colleuses utilisent également un moyen de diffusion plutôt atypique puisqu'il est propre au milieu du militantisme féministe. Il est apparu en France et se répand à travers certains pays comme la Belgique, l'Allemagne ou encore la Syrie¹². Les collages féministes sont caractérisés par des feuilles blanches avec des lettres épaisses peintes dessus. Ce sont des compositions uniquement textuelles que l'on retrouve dans la rue (16).

On peut aussi citer des supports particuliers mis en place pour des actions militantes, comme par exemple le préservatif géant installé sur l'obélisque de la Concorde par ACT-UP Paris en 1993 (17).

Les tutoriels et le graphisme déjà fait

Certains groupes militants proposent une communication déjà prête à diffuser ainsi que des tutoriels sur leurs sites internet. C'est par exemple le cas du groupe Extinction Rebellion qui propose un grand nombre de ressources pour *passer à l'action*. On peut retrouver sur leur site internet des guides de création d'affiches qui contiennent un brief de création d'affiches précisant les couleurs, typographies et mots à utiliser. Le mouvement propose aussi des tracts et affiches à imprimer, et même un générateur d'affiches avec une banque d'images à disposition (<https://extinctionrebellion.aktivisda.earth/fr/>).



11 « How the arts capture joy and galvanise resistance within human rights movements », The jfa, 10.12.2021

10 « Affichage sauvage : réglementation, sanctions et autorisations », Tapage Medias

CONCLUSION

Le graphisme au sein des luttes politiques et sociales possède un langage visuel qui lui est propre du fait qu'il utilise des moyens techniques proches de tout le monde pour démontrer un engagement tout autant proche de tout le monde. Même si l'art contestataire peut parfois prendre des formes moins spontanées et plus abstraites, il est généralement pratiqué et compris par toutes les manifestantes, occupantes de ZAD et autres.

On remarque tout au long de la recherche une nécessité pour cette communication de prendre place dans l'espace public de manière matérielle. Quand bien même les réseaux sociaux jouent un rôle important dans les combats politiques aujourd'hui, ne serait-ce que pour tenir informé le grand public ou les concernées des rassemblements, le numérique ne remplace pas encore le papier dans la rue. Serait-il envisageable d'adapter la communication révolutionnaire à l'ère numérique en abandonnant les collages et pancartes pour des versions dématérialisées uniquement ?

UTOPISTE DEBOUT

RÊVE

GÉNÉRALE



(2) *La lutte continue*, 1968, affiche



(3) Benjamin Lecourt, 2003, affiche



(4) *Manifestation contre la réforme des retraites*, Perpignan, 2019

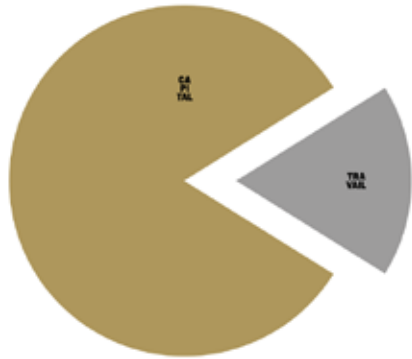


(5) *Manifestation écologiste*, Besançon, 2019



(6) *Manifestation féministe*, 2018

C'EST LA CRISE



SUR LE GÂTEAU

POUR LES RICHES,
L' **ARGENT**
EST UN **SOUCI**,
TOUS AU LONG DE LEUR EXISTENCE,
Ils sont préoccupés par le besoin
constant d'augmenter
le capital dont ils ont besoin.

LE **POUVOIR**
EST UN **SOUCI**,
QUI EST LA RESPONSABILITÉ
DES ENTREPRISES QU'ILS POSSÈDENT
PÈRE SUR LEURS ÉPAULES.

ALORS DEVONS-NOUS
ET TOUS ENSEMBLE,
AIDONS LES RICHES
À SE **DEBARRASSER** DE LEURS
SOUCIS !



(7) Sébastien Marchal, *Où va l'argent ?*, 2023 et *Aidons les riches*, 2021, affiches



(8) Atelier populaire des Beaux-Arts de Paris, 1968



(10) En référence à la phrase « Qui aurait pu prédire cette crise climatique ? » prononcée par E. Macron en 2021, Toulouse, 2023



(9) Atelier populaire Besançon, 2023



(11) Manifestation, Toulouse, 2023

UTOPISTE
debout



(13) Sébastien Marchal, *Où va l'argent?*, Paris, 2023, collage d'affiches



(15) *Manifestation Femen au cimetière du Montparnasse*, Paris, 2019



(14) *Manifestation « Convergence des luttes »*, Lyon, 2018



(17) ACT-UP Paris, *Préservatif géant*, Paris, 1993, opération militante

PAS DE FÉMINISME
SANS LES PERSONNES
TRANS

Aboutayeb Mostafa, « *Approche énonciative du discours de contestation : cas du slogan* » Revue du LaRSLAM, 2019, Discours de la contestation, 1

Artières Philippe, *La banderole : Histoire d'un objet politique*, Autrement, 2013. 160 p. Leçons de choses.

Atrux-Tallau Boris, Côme Tony, De Smet Catherine, Enjalran Mathilde, Fraenkel Béatrice, Gaubert-Verrier Alice, Gleyze Valentin, Imbert Clémence, Maréchal Caroll, Palacios-Dalens Paule, Tyl Maria, *Études sur le collectif Grapus, 1970 - 1990...*, B42-70, 2016. 184 p.

Baillargeon Claude, *Images d'un engagement*, Affiches, 1996.

Collectif comm'un, *Habiter en lutte. Zad de Notre-Dame-des-Landes. Quarante ans de résistance*, le passager clandestin, 2019. 256 p. essais, enquêtes et manifestes.

Colloque d'Amiens, *L'esthétique de la rue*, L'Harmattan, 1997. 236 p.

FIBICHER Bernard, *Résister, encore : Oeuvres d'art, culture & démocratie*, Coédition JRP Editions/Les presses du réel, 2022. 153 p.

Graphisme en France : Design graphique et société, CNAP, 2019. 112 p.

Philiziot Vivien, « *Camera obscura, Le design graphique, entre construction sociale du champ visuel et construction visuelle du champ social* » dans *POÏÉTIQUES DU DESIGN Conception et politique*, L'Harmattan, 2015. 254 p.

Tartakowsky Danielle, *Le pouvoir est dans la rue*, Flammarion, 2020. 320 p. Champs.

Van de Velde Cécile, « *Les mots de la colère. Enquête sur une décennie de slogans protestataires* » Revue Sociologie n°2020/3, 2020

Formes des luttes [en ligne]. [septembre 2023].
Disponible sur : <<http://formesdesluttes.org/>>

Gérard Paris-Clavel [en ligne]. [septembre 2023].
Disponible sur : <<http://www.gerardparisclavel.fr/>>

Mucem [en ligne]. [septembre 2023].
Disponible sur : <<https://www.mucem.org/>>

Sébastien Marchal [en ligne]. [septembre 2023].
Disponible sur : <<https://sebastienmarchal.fr/>>

Extinction Rebellion [en ligne]. [octobre 2023].
Disponible sur : <<https://extinctionrebellion.fr/>>

Femen [en ligne]. [octobre 2023].
Disponible sur : <<https://femen.org/>>

l'Anticapitaliste [en ligne]. [octobre 2023].
Disponible sur : <<https://lanticapitaliste.org/>>

Ne pas plier [en ligne]. [octobre 2023].
Disponible sur : <<https://www.nepasplier.fr/>>

Ligne de science [en ligne]. [octobre 2023].
Disponible sur : <<https://linedescience.wordpress.com/>>

Légifrance [en ligne]. [novembre 2023].
Disponible sur : <<https://www.legifrance.gouv.fr/>>

La presse [en ligne]. [novembre 2023].
Disponible sur : <<https://www.lapresse.ca/>>

RÉFÉRENCES

Tapage Medias [en ligne]. [novembre 2023].
Disponible sur : <<https://tapagemedias.com/>>

the jfa [en ligne]. [novembre 2023].
Disponible sur : <<https://www.thejfa.com/>>

Nous Toutes [en ligne]. [novembre 2023].
Disponible sur : <<https://www.noustoutes.org/>>

Journal L'Humanité. *L' « affiche en regard » présentée par Gérard Paris-Clavel*
[vidéo en ligne]. Youtube, 30 juillet 2013 [vue en octobre 2023] <<https://www.youtube.com/watch?v=l2kVxykNk8>>

« *Artiste que fais-tu ?* » Gérard Paris-Clavel, *Ne pas plier, interview* [vidéo en ligne]. Youtube, 11 juin 2015 [vue en octobre 2023] <<https://www.youtube.com/watch?v=OrilIkg6RAU&t=7s>>

puggioni ellis

Décembre 2023

Article rédigé dans le parcours du diplôme du DNMA De graphisme,
mineure édition, lycée Louis Pasteur, 25000, Besançon.

Document mis en page avec Adobe InDesign.

La typographie utilisée est Adelphe, dessinée par Eugénie Bidaut.

Je remercie Sébastien Marchal et Gérard Paris-Clavel pour les entretiens
qu'ils ont bien voulu m'accorder.