

SIGNES DU MILITANTISME ANTIRACISTE

Mémoire de recherche
DSAA Design Typographique
École Estienne
Anna Diagne

INTRODUCTION	07
DISCOURS CONSENSUELS	13
UN GRAPHISME DES BONS SENTIMENTS ?	15
L'UNIVERSALISME: IDÉAL ET LIMITES	27
MÉCANISMES DE LUTTE DE SIGNES	35
DISCOURS DE L'URGENCE ANTIRACISTE	47
SIGNES DE RÉVOLTE	49
REDÉFINITION DU VOCABULAIRE DE LUTTE	55
DISCOURS QUI CRÉENT LE DISSENSUS	61
TERRAINS DE LUTTE	67
LA LUTTE DES IMAGINAIRES	69
LE RÔLE DE LA POP CULTURE	71
LE RÔLE DES MÉDIAS	81
ENTRETIENS	90
CONCLUSION	100
BIBLIOGRAPHIE	113
REMERCIEMENTS	110

INTRODUCTION

Je travaille sur les signes de l'antiracisme en France, parce que le racisme anti-noir est un sujet qui me touche, et que je suis curieuse d'en étudier les manifestations visuelles et leurs ressorts. C'est en partant de ce positionnement que j'ai commencé à rassembler avec optimisme tous les documents visuels graphiques, typographiques et les écrits concernant l'antiracisme en France des années 1920 à aujourd'hui. Je me suis rendue compte que cette tâche est presque sans fin : l'antiracisme se définit à la fois comme mouvement, idéologie politique, lutte... Il rassemble nombre d'acteurs, de prise de positions et de contradictions, et je me suis retrouvée avec une multitude de documents que je pouvais classer chronologiquement, mais entre lesquels je pouvais difficilement établir l'ensemble des liens. Étudier les signes de l'antiracisme en France, c'est comme essayer de faire le jeu des sept différences entre deux images qui se ressemblent ; on fait un état des lieux, mais que faire ensuite ? À la recherche d'un questionnement, ou plutôt d'un questionnement qui engloberait tous mes questionnements, je parlais avec Melek, un ami tunisien de la campagne antiraciste *#OnEstPareil* lancée par SOS Racisme. Tous les deux, nous nous sentions peu concernés par cette campagne, et nous essayions de comprendre pourquoi elle sonnait si faux. « Ça se voit que c'est des blancs qui l'ont fait, donc ça ne marche pas » a dit Melek, « Ce n'est pas la couleur de peau qui compte forcément, a-t-il rectifié, c'est plutôt que lorsqu'une majorité qui se sent moins concernée par le problème du racisme communique dessus, il y a plus de retenue dans les mots choisis. »

Cet échange m'a paru être un bon point de départ pour questionner les enjeux de l'antiracisme en France. Tout d'abord, il est pour moi essentiel de relever le besoin que Melek a eu de préciser ce qu'il entendait à travers le mot « blanc ». Lorsque l'on parle de racisme, on doit comprendre les valeurs contemporaines que

prennent le mot «race». Il est important de faire une première distinction entre la race en tant que concept biologique et la race en tant que construction sociale. Le constructivisme social envisage la réalité sociale et les phénomènes sociaux comme étant «construits», c'est-à-dire créés, objectivés ou institutionnalisés et, par la suite, transformés en traditions. Cette théorie interroge la manière dont les institutions construisent la réalité [01]. Cette notion s'oppose à l'essentialisme, qui veut que l'innéité biologique prévale nécessairement dans le comportement d'un individu sur les acquisitions ultérieures qu'il a pu faire ou construire. L'essentialisme biologique est critiqué pour servir de base aux discriminations ségrégationnistes, racistes ou homophobes. Lorsque Melek utilise le mot «blanc» pour évoquer une majorité qui se sent moins concernée, «blanc» perd sa valeur conceptuelle biologique, pour désigner une catégorie sociale. L'historien Pap Ndiaye est un des premiers à aborder cette question en France et à assumer qu'il y a une «expérience noire» [02]: une partie de la population subit le même type de discriminations racistes répétées, ce qui les rassemble. Alors, s'il est admis aujourd'hui que les races biologiques n'existent pas, on ne peut pas nier que socialement, la notion de race existe toujours [03]. Ainsi, dans le discours antiraciste, les mots sont déjà un champ de bataille: les notions de couleur et de race sont utilisables pour défendre deux concepts opposés; l'un essentialiste et raciste, l'autre constructiviste, ce qui peut facilement favoriser l'ambiguïté. Il existe un malaise autour de ces notions, que l'on perçoit bien lorsque Melek ressent le besoin de se rectifier: utiliser les mots «blanc» ou «noir» sans la précaution de les définir, c'est ouvrir involontairement la porte à des quiproquos, des tabous et des préjugés. C'est quelque chose que je peux facilement relier à mon expérience. En effet, tout au long de mon parcours à l'école Estienne, on m'a souvent poussée à exprimer mes «origines» dans ma

[01] Courant de sociologie contemporaine lancé par Peter L. Berger et Thomas Luckmann dans leur livre *The Social Construction of Reality*, 1966

[02] *La condition noire, essai sur une minorité française*, Pap Ndiaye, Gallimard, 2008

[03] Devriendt Émilie, Monte Michèle, Sandré Marion, «Analyse du discours et catégories "raciales" problèmes, enjeux, perspectives «in *Mots. Les langages du politique*,

création graphique pour me démarquer. Ma couleur de peau, sous l'aspect purement biologique n'influence en aucun cas mes goûts, mes choix ou ma création de caractère, dire le contraire rejoint les théories essentialistes. C'est une façon de poser un regard sur «l'autre», et essayer d'exotiser une différence sous un prisme occidental. Cependant, si on considère l'aspect social de la couleur, on peut envisager que des codes culturels différents ressortent dans les choix de création d'un individu. Cette nuance est importante car elle permet de questionner la création visuelle, artistique et graphique avec une nouvelle grille de lecture. Auquel cas, quelle place occupe la création de caractère dans ce questionnement? Existe-t-il des démarches d'utilisation ou de création de caractère racistes ou exotisantes? Les codes sociaux peuvent-ils influencer la création de caractère? Pour moi, ce sont des aspects essentiels du questionnement de la lutte des signes antiracistes aujourd'hui. Se demander ce qui influence nos choix en tant que créateurs de signes amène à questionner *qui* émet le discours, et ce que cela révèle: Que disent les signes typographiques que nous choisissons de notre implication face au sujet que nous traitons? Dans le cadre d'un discours militant, il peut en effet être intéressant de pointer à l'instar de Melek, les majorités dominantes et dominées qui s'expriment à ce sujet. On peut également se demander s'il faut être le porte-parole de son discours lorsque l'on crée des affiches militantes: revient-il à un typographe ou à un graphiste touché par le racisme de s'exprimer sur ce sujet pour que le message soit authentique? Ou s'agit-il seulement de savoir construire un message revendicatif? Quels sont les mécanismes de création d'un message militant? La question des outils me semble également primordiale. Les manifestations de la lutte antiraciste s'incarnent aujourd'hui de différentes façons: aller manifester devant le parvis de justice, faire des pancartes, s'exprimer sur les réseaux sociaux, s'intéresser aux associations

en place sont autant de moyens de s'impliquer dans la lutte. En tant que typographe, il s'agit de faire passer un message et sensibiliser, susciter la réaction et la prise de conscience, réfléchir par le biais d'affiches, de revues, de tracts, de formes et de signes. Créer une pancarte de manifestation est à la portée de tout le monde; créer une affiche destinée à être visible et lisible par tous nécessite une formation, un accès à un certain savoir-faire et à des outils. Par exemple, aujourd'hui, les typographes et les graphistes utilisent des ordinateurs et des logiciels spécifiques: ce sont des outils qui ne sont pas à la portée de tous. Ainsi une certaine partie de la population est capable de délivrer un message qui obtiendra de la visibilité, tandis que l'autre le recevra. Dans le cadre de la lutte antiraciste il est intéressant de questionner la diversité des personnes ayant accès à ce savoir-faire. Il y-a-t-il suffisamment de mixité dans le milieu typographique pour que l'antiracisme soit un sujet qui intéresse, ou qui bénéficie de différents points de vue? L'accès à ces outils est-il d'ailleurs nécessaire pour la conception d'un message antiraciste? La typographie est un dispositif qui permet de traiter beaucoup d'aspects formels de la lettre, mais elle la contraint également, et n'est pas le seul moyen de rendre compte de toutes les dimensions de l'écriture. Est-il intéressant d'explorer d'autres outils que le numérique pour écrire l'antiracisme? Est-ce que le geste, dans une approche plus manuelle, ou manuscrite de calligraphe est un moyen de rendre compte de l'implication dans la cause militante? À l'instar de graphistes et typographes comme Pierre Di Sciullo et Gérard Paris Clavel, est-ce intéressant de revenir à des outils moins sophistiqués dans une démarche militante?

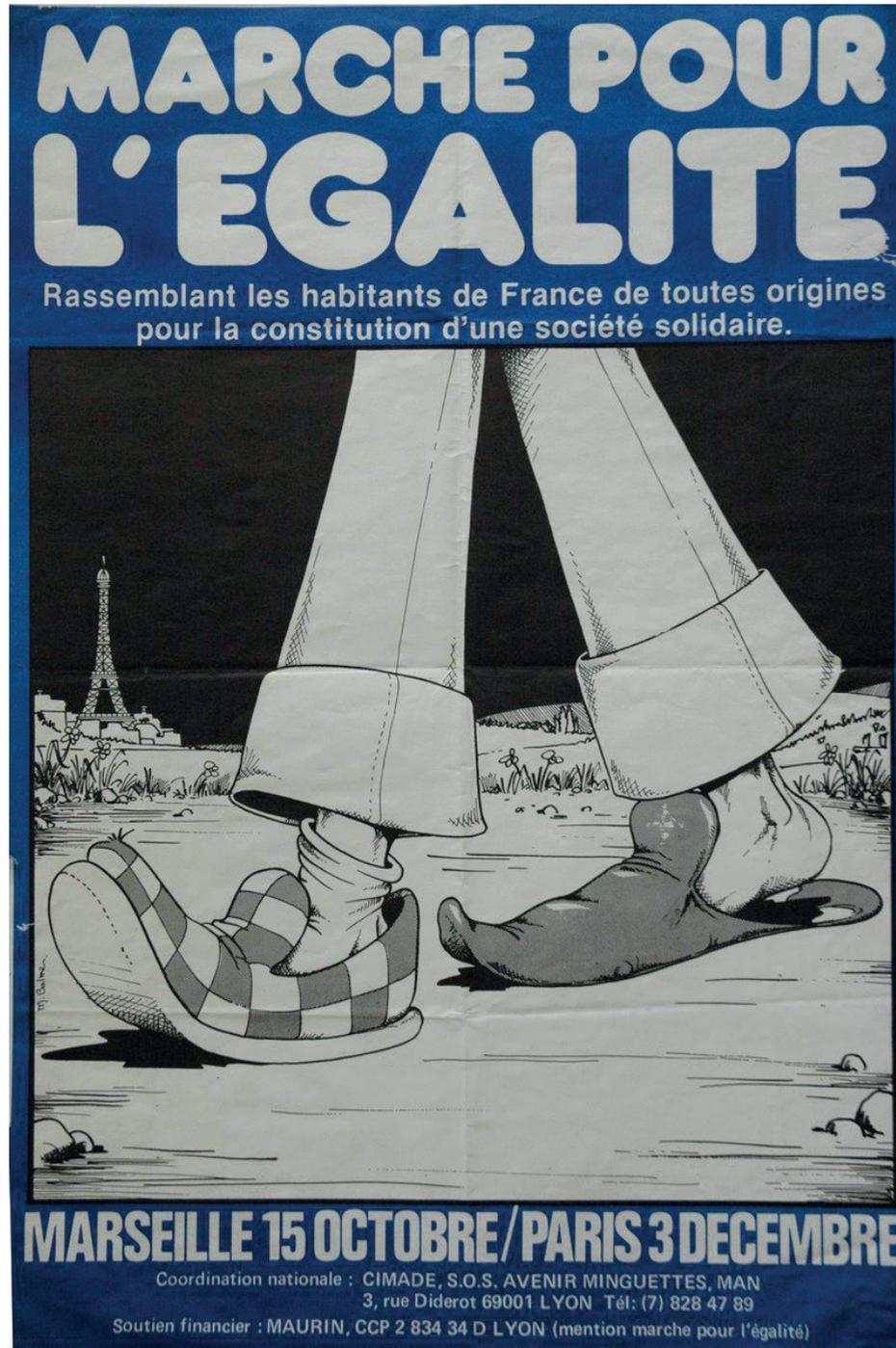
J'essayerai de répondre à ces questions dans ce mémoire. En partant de cas concrets, j'étudierai la dimension pratique du racisme, manifestée par des actions (discriminations, insultes) ou des systèmes de

dominations sans négliger sa dimension perceptive qui instruit notre regard sur «l'autre».

Dans cette étude, je m'attacherai également à rendre compte de la complexité de l'état de la question lexicale, et je serai sensible à la complexité des mots pour construire mes analyses. Il ne s'agit pas de prendre parti dans une quelconque théorie ou position spécifique de l'antiracisme, mais d'étudier les mécanismes du mouvement dans sa diversité.

DISCOURS CONSENSUELS

fig. 01



UN GRAPHISME DE BONS SENTIMENTS ?

fig. 01 Affiche de la *Marche pour l'égalité*, Michel Blame, Lyon, 1983.

L'article *Généralisations antiracistes en France (1960-1990)* [01] nous éclaire sur la genèse des institutions de l'antiracisme en France. Celles qui se démarquent par leur longévité et leur constance sont le Mrap, SOS Racisme, la Licra et la Ligue des droits de l'Homme (LDH). La LDH existe depuis 1898, la lutte contre le racisme n'est pas sa seule préoccupation. La Licra, fondée en 1923, concentrait ses activités sur la lutte contre l'antisémitisme, jusqu'en 1979, où la lettre « R » a été intégrée à l'acronyme « LICA », devenant « Licra » que nous connaissons aujourd'hui. L'association a donc trouvé pertinent de différencier le racisme de l'antisémitisme. Le Mrap et SOS Racisme sont des associations plus entièrement dédiées à l'antiracisme, et nées plus tardivement (respectivement 1949 et 1984).

Ces indices chronologiques nous permettent d'évaluer la conscientisation du racisme en tant que problème en France au cours de l'histoire. Le développement de l'immigration et la défense des « étrangers » français·es est le moteur principal de ces associations qui ont l'occasion d'exprimer leur engagement antiraciste par des affiches, des fascicules, ou des journaux dédiés. Un tour d'horizon des productions graphiques des différentes associations nous permet de comprendre l'approche universaliste de cette génération antiraciste et ses outils de prédilection. Ayant souvent recours au dessin, ou puisant dans un registre formel propre aux affiches de mai 68, les affiches sont généralement engageantes; et proposent de s'élever ensemble, solidaires contre le racisme.

L'affiche de la Marche pour l'Égalité [02], lancée par la Cimade [03] en est un bon exemple (*fig. 01*). Elle montre les pieds d'une personne qui marche, affublée d'un côté d'une charentaise, et de l'autre d'une babouche.

[01] Yvan Gastaut, *Généralisations Antiracistes en France (1960-1990)*, p.289-303, CMMC - Université de Nice, 2000

[02] La première *Marche pour l'égalité*, aussi appelée *Marche des beurs*, a lieu en 1983. Elle est coordonnée par la Cimade, SOS Avenir Minguettes, et le MAN

[03] La Cimade (Comité inter-mouvements auprès des évacués), est une association de solidarité de soutien politique aux migrants, aux réfugiés, aux demandeurs d'asile

Cette utilisation des parties du corps est récurrente dans le vocabulaire antiraciste institutionnel, et on peut imaginer qu'ici le·la Français·e et l'Algérien·ne (signifiées de façon assez caricaturale par le chausson et la babouche) sont les deux parties d'un même ensemble, la France. Le traitement illustratif de l'image nous renvoie à l'univers divertissant de la bande-dessinée. Le visuel est accompagné par une linéale en capitale de titrage ronde, grasse, et bien qu'imposante, elle s'intègre harmonieusement dans l'affiche. Le MRAP lance également de nombreuses campagnes qui adoptent des aplats doux aux couleurs chaudes pour signifier des silhouettes (*fig. 02*), comme sur l'affiche en réaction à loi Pasqua [04], des slogans en linéales discrètes, ou faussement maladroites, comme découpées dans du papier (*fig. 03*). La LDH, quand elle communique sur la *Journée internationale des migrants*, s'aligne également sur ce registre graphique mais privilégie un titrage qui se veut neutre, un visuel traité avec l'esthétique du pochoir, qui, comme des lettres découpées au papier, fait appel à l'univers visuel de la manifestation et à la pancarte (*fig. 04*).

Cette approche du combat contre la discrimination, porté par des valeurs positives dans son contenu rédactionnel, traduites par un graphisme figuratif, a mobilisé par le passé de nombreux·ses Français·es. Aujourd'hui, ces associations produisent encore des campagnes, avec les mêmes valeurs d'égalité et de solidarité. SOS Racisme, qui est sans doute la plus emblématique et la plus connue, poursuit son activité militante, même si elle n'est plus aussi populaire que par le passé. Dans un contexte où l'antiracisme se renouvelle, et prend de l'ampleur en dehors du champ politique traditionnel, il m'a semblé essentiel de comprendre les problématiques de communication qui peuvent se poser pour une telle association. Je me suis donc rendue dans les locaux de l'association SOS Racisme le lundi 09 novembre 2020, afin

[04] La loi Pasqua, du 24 août 1993, dite aussi loi anti-regroupement familial, durcit les conditions d'entrée et de séjour des étrangers en France.



fig. 02



fig. 03

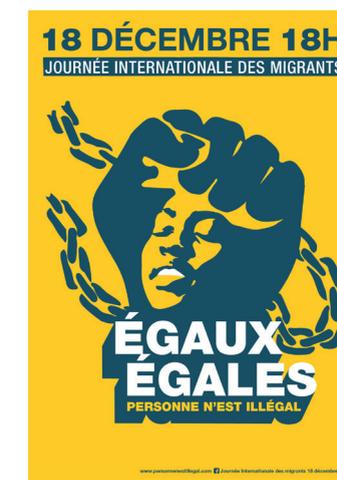


fig. 04

de visiter ses archives et d'étudier leur communication. Voici un compte rendu de mes recherches.

LE CAS SOS RACISME

Le 15 octobre 1984, l'association SOS Racisme est fondée dans des cercles proches du Parti Socialiste. Sa création intervient un an après la « Marche pour l'égalité et contre le racisme ». Son président est alors Harlem Désir. Les mots d'ordre de l'association sont la fraternité et le multiculturalisme symbolisés par le slogan « Touche pas à mon pote » - expression du journaliste Didier François - inscrit au sein d'une main jaune créée par le communicant Christian Michel. Je n'ai pas réussi à obtenir plus d'informations sur le graphiste.

L'action de la part des militant·es contre le racisme s'organise notamment via la constitution de partie civile durant des procès pour des accusations de faits à caractère raciste, l'aide juridique concernant des plaintes personnelles pour discrimination et l'aide à l'embauche sans discrimination. De plus ils·elles réalisent des tests de discrimination pratiqués à l'entrée de boîtes

fig. 02 Affiche *Pour le droit de vivre en famille*, auteur inconnu, réalisée pour la Mrap dans les années 90.

fig. 03 Affiche *Discriminé(e)s ?! Nous avons des droits!*, auteur inconnu, réalisée pour la Mrap, 2011.

fig. 04 Affiche *Égaux égaux, personnes n'est illégal* auteur inconnu, réalisé pour la LDH, 2019.

fig. 05



fig. 05 Logo de l'association SOS Racisme, Christian Michel, 1984, slogan « Touche pas à mon pote » de Didier François.

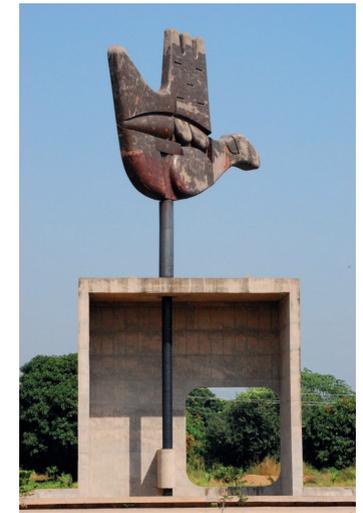
de nuit, auprès d'agences immobilières ou d'employeurs potentiels, des audits internes en entreprise et des formations de collaborateurs ainsi que des actions médiatiques dont la plus célèbre est le « Concert des Potes ». Florian Ribar, le juriste de l'association, m'explique que l'association a également un module « Dessiner, écrire, liberté », dédié à la sensibilisation des collégien·nes et des lycéen·nes à la liberté d'expression, en partenariat avec le journal *Charlie Hebdo*. Disposant aujourd'hui de subventions et reconnue d'utilité publique, l'association dirige ses actions dans la sensibilisation de la jeunesse et les procédures juridiques plutôt que vers les manifestations médiatisées. Ainsi, même si l'association apparaît aujourd'hui moins dans l'espace médiatique que par le passé, on ne peut nier son action militante antiraciste.

Le logo de SOS Racisme (fig. 05), une main jaune avec l'inscription « Touche pas à mon pote », que l'on peut clipper sur sa poitrine sous la forme de pin's, renvoie à une déclinaison de l'étoile jaune apposée aux Juif·ves sous le régime nazi, dans sa manière de signaler la personne qui la porte, ce qui soulève des interrogations. Un clin d'œil à l'histoire, une manière de réécrire

fig. 06



fig. 07



et de s'approprier ce qui a été un symbole de l'antisémitisme autrefois? La main tendue prend d'autres significations ailleurs dans le monde. L'*abhaya-mudrā* est le geste de la main tendue en Inde, et signifie l'absence de peur et la sécurité (fig. 6). Il existe également une sculpture symbolique située dans le Territoire de l'Union Indienne de Chandigarh construite par Le Corbusier qui renvoie au don de paix, prospérité, et à l'unité de l'humanité (fig. 07). La figure de la main est associée à celle d'un oiseau. En Afrique du nord, la main tendue est également associée à la protection, on l'appelle la main de Fatma, et se porte souvent comme pendentif au cou ou au poignet (fig. 08). Elle est donc parfois associée à une forme de spiritualité, une entité protectrice. Dans la Bible et le christianisme, on parle de « la main de Dieu » symbole de puissance et de suprématie. Pour Irène Mainguy [05], la main tendue représente le sens du toucher, qui nous permet de mieux connaître notre environnement, de « voir par le toucher ». Elle représente la « pensée-action », une main qui s'ouvre au monde, dirigée vers l'autre et qui s'oppose au poing replié. Cependant en Occident, on utilise plutôt ce symbole pour dire « stop », pour faire barrage.

fig. 08



fig. 06 Photographie d'une statue du Buddha faisant le geste de l'abhaya-mudrā, Hong Kong, 2013

fig. 07 *La Main ouverte*, Le Corbusier, 26m de haut, Inde, 1950

fig. 08 Main de Fatma

[05] Irène Mainguy est une écrivaine française, autrice d'ouvrages sur la franc-maçonnerie et sur son symbolisme

La main tendue a donc une symbolique très forte et multiple, elle est très utilisée dans la lutte antiraciste comme dans la lutte pour combattre l'immigration. En effet, on la retrouve qui fait barrage très tôt dans les campagnes de l'extrême droite. Sur cette campagne de 1973 (fig. 09), la main est forte, carrée, les doigts ont tous la même taille et le traitement graphique est simple, efficace: un remplissage en aplat noir. Elle est imposante et menaçante. SOS Racisme répond à la main de l'extrême droite et en fait un symbole humain. Avec un traitement plus réaliste, au pinceau, d'une couleur jaune chaude et chaleureuse, elle confère un «visage» agréable à la lutte antiraciste. Comparée à une autre utilisation de la main dans l'antiracisme international, le poing du mouvement *Black Lives Matter*, on peut avancer qu'il s'agit plus d'un mouvement de réaction que d'attaque. C'est le signe d'un militantisme joyeux qui marque les années 1980.

Le slogan «Touche pas à mon pote» est traité en scripte, et il semble avoir été écrit dans le même coup de pinceau que celui qui a tracé la main. Le choix de la scripte rend le slogan plus accessible, comme s'il n'avait pas été travaillé au préalable, mais écrit à la va-vite sous le coup d'une impulsion. Le logo, réalisé par Christian Michel, affiche une fausse légèreté, une maîtrise assumée. Peut-être une façon de dire que le slogan et le logo sont réalisés par les militants de l'association eux-mêmes? En tout cas, il est logique de relier cette typographie à l'univers des manifestations, où on fait soi-même ses pancartes à la main, et où on écrit les slogans à la peinture. Par ailleurs, les mots «Touche pas à mon pote» sont alignés à gauche, sur des lignes courtes, donnant un rythme au slogan, très facile à scander par tous.

La phrase du slogan aurait été trouvée, selon l'histoire officielle de l'association, par Harlem Désir et ses ami-es, suite à une scène de racisme ordinaire subie par l'un d'entre eux dans le métro parisien [06]. D'autres

[06] Article «Touche pas à mon pote», *Le Nouvel Observateur*, p.25

fig. 09 Affiche *Halte à l'immigration sauvage*, auteur inconnu, Ordre Nouveau, 1973

fig. 09



sources affirment que le journaliste Didier François aurait inventé ce slogan. Quoi qu'il en soit, le slogan a participé au grand succès de l'association dans les années 1980, et il est intéressant de s'attarder sur les sens qu'il peut revêtir.

Le mot « pote », qui appartient au registre familier, prend son sens dans l'idée d'une lutte fraternelle, qui voudrait que les hommes et les femmes soient tous bienveillant·es et solidaires les un·es envers les autres. Il amène une approche de la contestation attractive et festive, à la portée de tous. Il suffirait de protester contre les scènes de discrimination raciale pour régler le problème du racisme. L'expression « touche pas à mon pote » identifie le locuteur comme un allié et un défenseur de la personne en danger. C'est un slogan dit par des personnes « hors de danger » pour sensibiliser les personnes « hors de danger » à la lutte. Malgré l'efficacité du slogan dans la sensibilisation des foules au problème du racisme, on peut se demander s'il ne réduit pas ses enjeux en simplifiant la complexité des racismes qui sont aujourd'hui contestés.

Dans le-la « pote », on reconnaît l'immigré·e, l'opprimé·e, l'Arabe, le-la Noir·e ou le-la Juif·ve; tout le monde sauf le-la Blanc·he. Il apparaît ainsi comme un mot fourre-tout dans lequel il faudrait se reconnaître lorsque l'on est victime de racisme. Alors que l'on met en regard aujourd'hui différents types de racismes, est-ce possible pour un·e Noir·e de s'identifier en tant que « pote »? En dehors du fait que dans le cinéma et l'imaginaire collectif, le-la Noir·e est souvent relégué·e au rôle du-de la « bon·ne pote » ou du-de la « bon·ne nègre·sse », cette formulation le rend silencieux·se dans sa propre lutte. Ici, le-la principal·e concerné·e se retrouve au second plan, et n'a pas vraiment voix au chapitre car on parle à sa place, avec une bienveillance protectrice faite de bons sentiments.

fig.10



fig. 11



De plus, si les signes circulent d'un camp à l'autre dans la lutte antiraciste, en est-il de même pour les mots? Le mot « pote » nous renvoie également à cet argument connu de « l'ami·e noir·e » utilisé pour faire taire les accusations racistes: « je ne suis pas raciste, j'ai un·e ami·e noir·e ». Ainsi, la familiarité et l'accessibilité du mot « pote » est à double tranchant, car tout le monde a un·e ami·e noir·e, même les racistes qui peuvent se dédouaner de toute accusation de racisme grâce à ce slogan. Cette candeur dans le choix des mots se retrouve dans la communication de l'association, notamment la campagne #OnEstPareil (fig. 10). Dire « que l'on est pareil » soulève des questions, car cela semble nier une évidence: on peut facilement argumenter que chaque être humain est différent. C'est d'ailleurs le discours que tient le MRAP dans sa campagne *Tous pas pareils et tous égaux* (fig. 11), qui utilise les doigts de la main pour signifier que nous sommes différent·es mais « ensemble ». Il y a donc des nuances de discours au sein des structures prônant l'antiracisme en France; d'après SOS Racisme, pour combattre le racisme, il faudrait prouver que malgré nos histoires, nos origines et nos cultures différent·es, nous sommes pareil·les.

La perte de popularité de l'association est peut-être le reflet d'un changement de mentalités chez

fig. 10 Affiche de la campagne #OnEstPareil lancée par SOS Racisme, 2017

fig. 11 Affiche *Tous pas pareils et tous égaux*, campagne du Mrap, années 1990

les antiracistes, mais elle pose aussi la question de qui s'empare du discours. En effet, comme l'explique Emmanuël Souchier dans *Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale* [07], lorsque nous lisons un livre, nous ne lisons pas juste un texte, mais nous faisons l'expérience de voir tout un objet imprimé, qui porte les marques des différents corps de métiers qui l'ont façonné, et chaque marque participe à la perception que nous avons de l'objet. Ce type d'analyse du discours peut s'appliquer à la campagne #OnEstPareil de SOS Racisme. En effet, le message, à la fois visuel et écrit, est lancé par une association institutionnelle et subventionnée entre autres par l'État [08]. Elle possède donc les moyens de passer par une agence de communication pour concevoir son message. SOS Racisme choisit de passer par l'agence de communication *Archibald & Abraham*, dont le métier est de vendre un produit (dans les domaines de la joaillerie, de la mode, du sport et des spiritueux). La conception du message et de l'image militant·es sera donc à la charge de l'agence, puis passera par l'imprimeur·euse. Ainsi, l'image que nous voyons est le produit de la réflexion de SOS Racisme, de l'agence *Archibald & Abraham*, et dans une moindre mesure de l'imprimeur·euse. On peut se demander si ce nombre d'acteur·trices dans la constitution du message formel n'altère pas la force du message militant, que l'on aime reconnaître d'habitude comme spontané et expressif. Le message que le·la spectateur·trice comprend est le produit d'une tension entre différents corps de métiers, dont celui d'un·e communicant·e sur des produits de luxe. Cela transparait dans cette campagne, où le message semble lisse, très grand public: le résultat d'un consensus.

En tenant un pin's « Touche pas à mon pote » dans les mains (fig. 12), j'ai également pris conscience d'une autre similitude avec la stratégie publicitaire dans la communication de l'association. Avoir le logo sous forme matérielle et palpable en fait un objet familier.

[07] « Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale », *Communications & Langages*, p. 23-38, Emmanuel Souchier, 2007

[08] SOS Racisme est proche du PS, de nombreux membres du parti sont issus de l'association. Ses détracteurs critiquent cette relation, qu'ils jugent stratégique

Qu'on le porte sur sa poitrine ou que l'on le laisse sur son bureau, la main fait partie de notre paysage et lorsque nous le manipulons, nous pensons forcément à l'antiracisme. Ce travail de communication, via la distribution de *goodies*, dénote avec l'idée que l'on se fait du militantisme contestataire. Mais il installe les idées de l'association subtilement et plus durablement dans nos esprits. J'imagine que si je porte le pin's sur ma poitrine, je voudrais me sentir à la hauteur d'un idéal antiraciste ce jour là.

Reconnue d'utilité publique, l'association a plus d'intérêt à diffuser un message consensuel et universaliste. Comme l'a expliqué Florian Ribar, SOS Racisme fait le pari de changer le système en l'intégrant. Un processus de militantisme donc plus lent, qui s'appuie sur le système législatif, mais qui doit également dans sa communication faire corps avec l'État et s'inscrire dans une vision legaliste.

Il semble donc logique que les signes de la lutte antiraciste mis en avant se constituent dans des dispositifs visuels et textuels sans aspérités, et ne témoignent pas d'une urgence à se révolter ou à « défendre sa peau ».

Doté d'une grande notoriété dans les années 1980 et 1990, le logo semble aujourd'hui désuet. Dans un contexte où le militantisme antiraciste semble se concentrer sur les réseaux sociaux ou dans la rue, par la manifestation, la stratégie de l'association semble également dépassée. L'étude de la communication militante de SOS Racisme permet de dresser un état des lieux du discours antiraciste institutionnel, du contexte de sa naissance et de son impact de nos jours. De bonnes intentions, qui se heurtent à l'expérience d'une nouvelle génération antiraciste qui a connu les émeutes des banlieues de 2005, des idées de solidarité et de fraternité qui semblent ne plus suffire face à l'urgence de la situation.



fig. 12 Pin's dérivé du logo Touche pas à mon pote

L'UNIVERSALISME, IDÉAL ET LIMITES

L'historien Emmanuel Debono explique que pour les organisations traditionnelles, la lutte contre le racisme est indissociable des combats pour l'égalité, contre l'antisémitisme, contre l'homophobie, contre le sexisme et les autres formes d'exclusion, quelles qu'elles soient [09]. C'est un antiracisme universaliste.

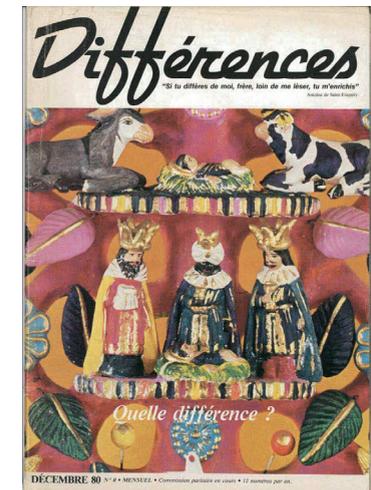
L'universalisme moral (également appelé l'objectivisme moral ou morale universelle) est la position méta-éthique selon laquelle certains systèmes d'éthique s'appliquent universellement, c'est-à-dire pour « tous les individus dans la même situation », indépendamment de la culture, de la religion, de la nationalité, de la sexualité, de l'inscription sociale ou de toute autre caractéristique distinctive.

Cela s'appliquerait dans la République française à l'encontre du racisme: nous avons des droits égaux, quelque soient notre couleur, nos particularités religieuses et culturelles. L'universalisme est le mot d'ordre du Mrap, de la Licra et SOS Racisme, et se traduit par un vocabulaire particulier. Comme nous l'avons vu précédemment, SOS Racisme met l'accent sur le mot « pareil », le Mrap tient un journal nommé *Droit et Liberté* (fig. 13), puis la revue *Différences* depuis 1981 (fig. 14). L'idée est de combattre toutes sortes de discriminations raciales ainsi que l'idée de race.

Ainsi, dans les slogans, le pronom *nous*, les marques du collectif et le lexique de la fraternité sont majoritaires: « Nous avons des droits » (fig. 15), « Vivons ensemble comme des frères ou nous finirons comme des fous » (fig. 16), ou encore « un jaune = un noir = un blanc = un homme » (fig. 17). Cette dernière affiche illustre à mes yeux le malaise qui émane de certaines représentations universalistes antiracistes. En effet, le slogan est efficace même si l'utilisation du mot « jaune » est

[09] « L'antiracisme en France, de l'idéal « universaliste » aux luttes « catégorielles », Emmanuel Debono, dans *Le Monde*, 2020

fig. 13

fig. 13 Couverture du journal *Droit et liberté* du Mrap, n°180, juillet 1972fig. 14 Couverture de la revue *Différences*, Mrap, n°0, décembre 1980

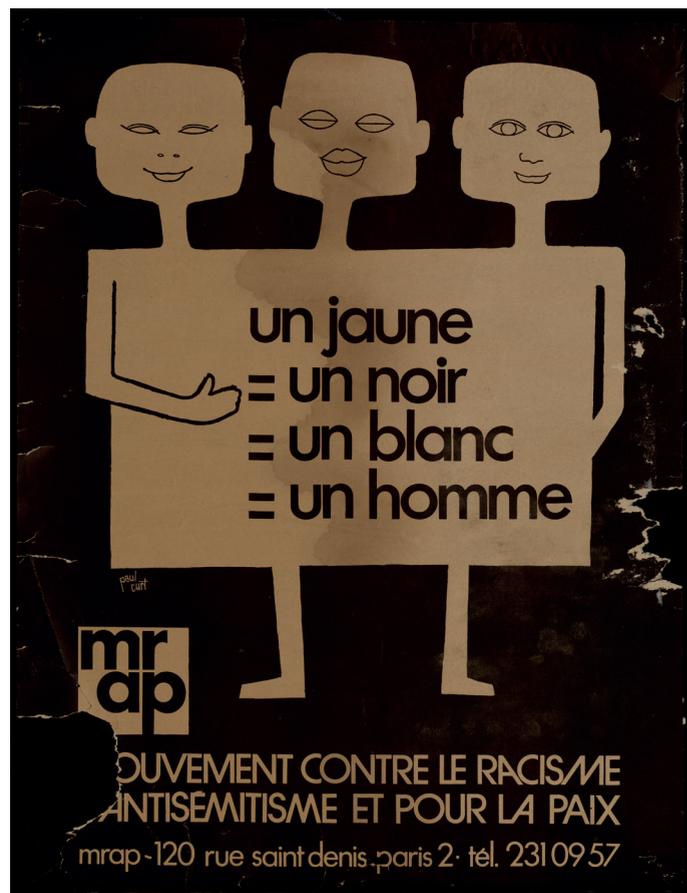


fig. 17

problématique (il est intéressant de noter que le mot «jaune» semble plus gênant au ressenti que les autres), mais le visuel questionne par l'utilisation de traits caricaturaux pour représenter «l'autre». Cette utilisation du cliché dans le discours universaliste des institutions étatiques est récurrente et peut poser un problème d'identification pour les personnes concernées. En effet, vouloir combattre toutes les discriminations en même temps, c'est aussi choisir de toutes les représenter, ce qui peut amener à une vision simpliste de l'autre. Le Noir, le Blanc et le Jaune sont réduits à des traits accentués de leur

fig. 15



fig. 16

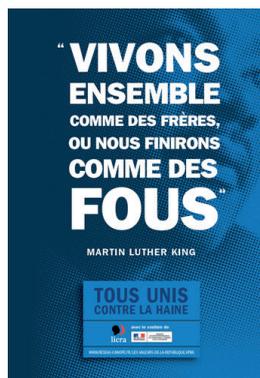


fig. 15 Voir note [03], p. 14

fig. 16 Affiche réalisée pour la campagne *Tous unis contre la haine*, Licra, 2015

fig. 17 Affiche du Mrap, Malte Martin, date inconnue

fig. 19



physique, et ainsi essentialisés. Ainsi, en combattant un racisme violent, le graphisme institutionnel emprunte ici à un racisme intégré, plus subtil.

Par ailleurs, lorsque l'on étudie le logo de la Licra (fig. 18), on voit encore une fois trois personnes de profil aux couleurs différentes, ce qui va dans le sens de l'universalisme. Cependant, en regardant les profils de plus près, on remarque que c'est la duplication du même visage, et que le profil semble représenter les traits d'un homme blanc. Lorsque l'on veut mettre tout le monde sur le même pied d'égalité, adopter automatiquement le point de vue occidental comme référent pose problème. Ce point de vue occidental-centré dans la figure «généraliste» de l'humain trouve ses équivalents dans d'autres logiques visuelles à visées universalistes. On peut ainsi le retrouver en typographie : quand Ruedi Baur réalise l'identité visuelle de la Cité universitaire internationale (qui accueille des étudiant·es de très nombreux pays), il choisit de calquer des formes pour lui étrangères sur celles qu'il connaît. Ainsi, quelle que soit sa signification, si un caractère issu d'une culture différente ressemble à un «a», il sera dépouillé de son sens, intégré dans le logo et enrichira le registre formel de l'alphabet latin au même titre qu'un «a» (fig. 19). Ce regard occidental sur les



fig. 18 Logo de la Licra, fondée en 1927. Originellement «Lica», la lettre «r» a été ajoutée à l'acronyme en 1979.

fig. 19 Extrait du système typographique mis en place par Ruedi Baur pour la conception de l'identité visuelle de la Cité Internationale, Paris, 2004

autres cultures scripturales va à l'encontre d'un discours antiraciste, car il révèle une conception de l'autre certes moins violente, mais toujours essentialisée, vidée de ses significations, et refusant sa complexité. Ce racisme plus subreptice est pourtant connu dans l'histoire de l'art : les peintures orientalistes, tel que *le Bain turc* d'Ingres, qui fantasment l'étranger-ère, ou encore le mythe du *bon sauvage* témoignent de cette tendance occidentale à comparer et poser sur l'autre un regard colonisateur, même lorsqu'il pense œuvrer à l'opposé.

fig. 20



Ces travers se reflètent également dans la typographie. Certaines typographies ont été répertoriées comme des « stéréotypographies » [10], des caractères que l'on a attribués à une culture dans leur conception ou leur usage. Le caractère *Légende* de Schneidler (fig. 20), s'inspire de l'écriture bâtarde bourguignonne et flamande du XV^e siècle. On la situe parfois aujourd'hui comme typographie arabisante, à cause de son aspect « calligraphique ». Lorsque nous admettons que ce caractère correspond à un style « arabe », nous choisissons de passer outre de nombreuses données : le sens de lecture (fig. 21), qui n'est pas le même, la signification de chacun des caractères (fig. 22), ou encore la possibilité pour les

fig. 20 Caractère *Légende*, dessiné par Schneidler en 1937.

fig. 21-23 Relevés d'étude personnels

fig. 21



fig. 22



fig. 23



caractères arabes d'exister autrement que dans un style marqué par des pleins et des déliés contrastés (fig. 23).

De même, le caractère *Chinese* (fig. 24) embrasse volontairement un cliché lorsqu'il se définit comme caractère asiatique, assumant volontiers son adaptation occidentale. Ce caractère est popularisé dans le quartier Chinatown de San Francisco, et prendra le nom de *Chop Suey* par la suite, qui est également une invention américaine d'inspiration chinoise. Son usage montre qu'il n'est pas destiné à un public asiatique, mais bien à des occidentaux-ales qui n'auraient pas une connaissance accrue de l'alphabet chinois ou japonais, auquel cas un registre formel s'approchant de la calligraphie chinoise est suffisant pour signifier cette culture différente. Encore une fois, il s'agit de prendre l'alphabet latin comme référentiel. Cette grille de lecture limitée peut être un handicap

fig. 24 Caractère *Chinese*, dessiné en 1883, puis rebaptisée Mandarin dans les années 50. Typographe américain inconnu

[10] Graphéine; « Les stéréotypographies : les typos typées, voire racistes », 2020

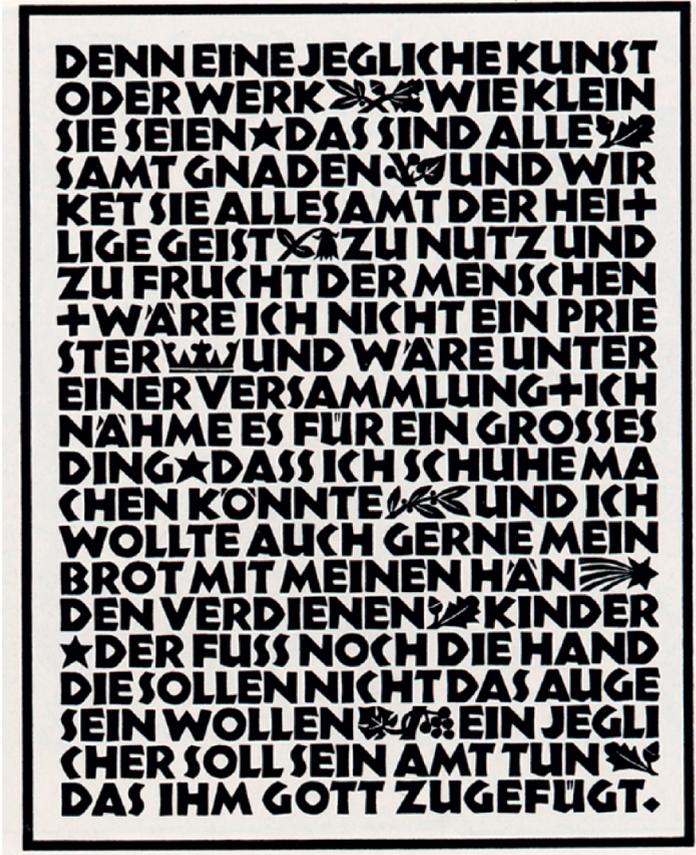


fig. 25

pour saisir et dire les subtilités d'un alphabet différent. Pour ce qui est des stéréotypographies, l'Afrique n'est pas en reste, et possède la sienne: le caractère *Neuland* (fig. 25 & 26). Créé en Allemagne, ce caractère comporte dans ses approches serrées et sa graisse des similitudes avec le style gothique, mais c'est une linéale, en capitales qui est destinée à être vue de loin. Le travail de Koch ne joue pas le jeu de l'exotisme, il découle des écritures calligraphiques germaniques. C'est son usage qui a un caractère exotique. En effet, dès sa création, la *Neuland* a été utilisée sur des livres et affiches ayant une image exotique, liée à l'aventure, la jungle ou ayant



fig. 26

fig. 25 Caractère *Neuland*, dessiné en 1923 par Rudolf Koch

fig. 26 La *Neuland*, dessinée originellement pour un usage religieux

fig. 25

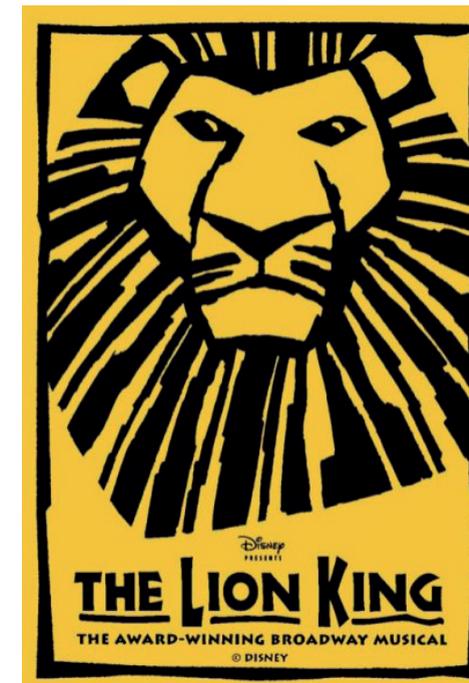


fig. 24

BackOut

fig. 26

une connotation ethnique. Ainsi, elle est à l'affiche de *Jurassic Park* (fig. 27) et de la comédie musicale du *Roi Lion* (fig. 28) dans les années 1990. Ce caractère, dans son dessin, comporte une certaine radicalité semblable au caractère *BackOut* de Frank Adebaiye, défini comme caractère aux inspirations africaines (fig. 26). Les angles sont presque droits, il y a peu de courbes, les formes géométriques, les lettres semblent taillées à la main (fig. 27). On associe à ce caractère un certain primitisme, de l'exotisme, une notion d'aventure qui correspond à une vision fétichisée que nous avons de l'Afrique en général. Encore une fois, il ne s'agit pas de faire quelques distinctions géographiques ou culturelles, mais de signifier probablement au plus grand nombre une idée commune, un cliché.

Ainsi, malgré des motivations honorables au départ, certaines subtilités échappent parfois au discours universaliste et antiraciste français. En mettant toutes les cultures sur un pied d'égalité, on construit parfois

fig. 25 Le Caractère *Neuland* utilisé en titrage sur l'affiche de la comédie musicale *The Lion King* dans les années 90

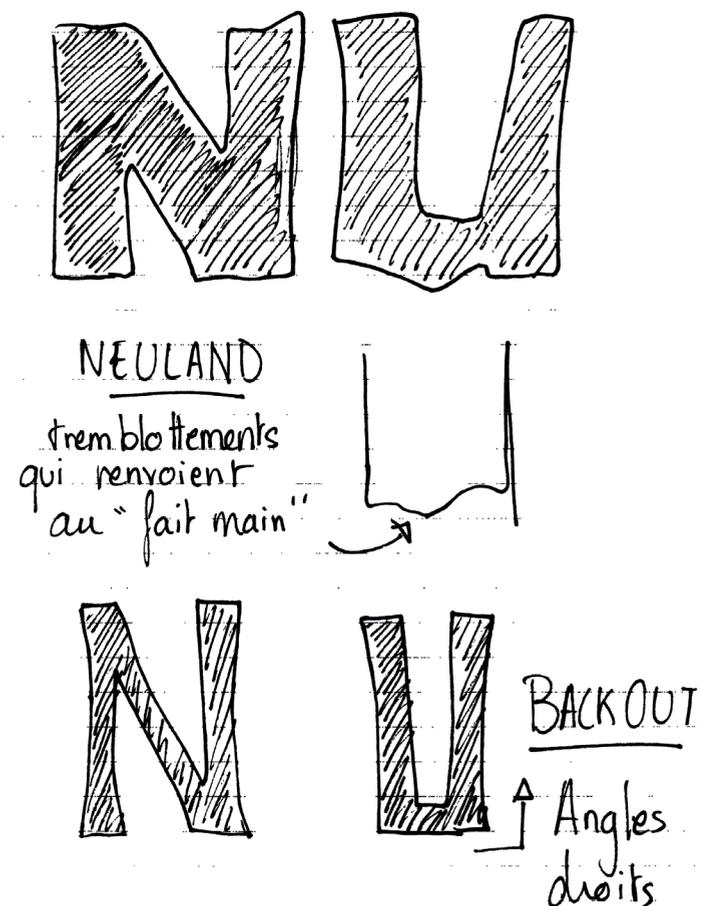
fig. 24 La *Neuland* à l'affiche du film *Jurassic Park*, 1993

fig. 26 Caractère *BackOut*, dessiné par Frank Adebaiye, 2012

un discours trop consensuel ou maladroit, et le message s'inverse ou invisibilise les principaux-aes concerné-es.

fig. 27 Relevés d'étude personnels

fig. 27



MÉCANISMES DE LUTTE DE SIGNES

Les universalistes ont inscrit leurs idées dans un combat de lutte des signes. Il est important d'étudier ce contexte afin de comprendre leur construction, mais également de prendre en compte l'apparition de nouveaux signes. Nous l'avons vu précédemment, défendre une victime du racisme nécessite souvent de la représenter. Quelque fois, ces représentations font débat. Les représentations circulent alors, sont récupérées, et remodelées par les graphistes afin de servir les discours antiracistes différents.

En 2010, les décolonialistes du Parti des Indigènes de la République nous offrent un exemple de ce combat visuel (*fig. 28*). Impossible de ne pas remarquer les concordances entre ces trois affiches. La première, une affiche éditée par le secrétariat des colonies, montre un Africain, un Arabe et un Asiatique qui font écho aux trois couleurs du drapeau, et ne font qu'un dans l'empire colonial (*fig. 29*). Déjà, on reconnaît la métaphore symbolique du logo de la Licra qui associe les couleurs de la France aux couleurs des étrangers. L'affiche du Mrap porte un autre message, malgré sa ressemblance troublante avec la première (*fig. 30*). Encore trois hommes de couleurs différentes, mais qui s'enlacent dans un geste de paix. Il est intéressant de constater que le Mrap et la Licra utilisent des codes, sinon un vocabulaire de représentation, similaires à celui du secrétariat des colonies.

Ce n'est pas une première dans la lutte contre le racisme en France. En effet, la montée du Front National dans les années 1990 a entraîné une production de signes plus accrue de la part des institutions antiracistes, mais aussi de l'extrême droite, et souvent ces signes circulent d'un camp à l'autre. Pourtant, il ne signifient pas la même chose. Par quel procédé change-t-on le discours de l'adversaire ? Nous avons déjà remarqué comment SOS

fig. 29

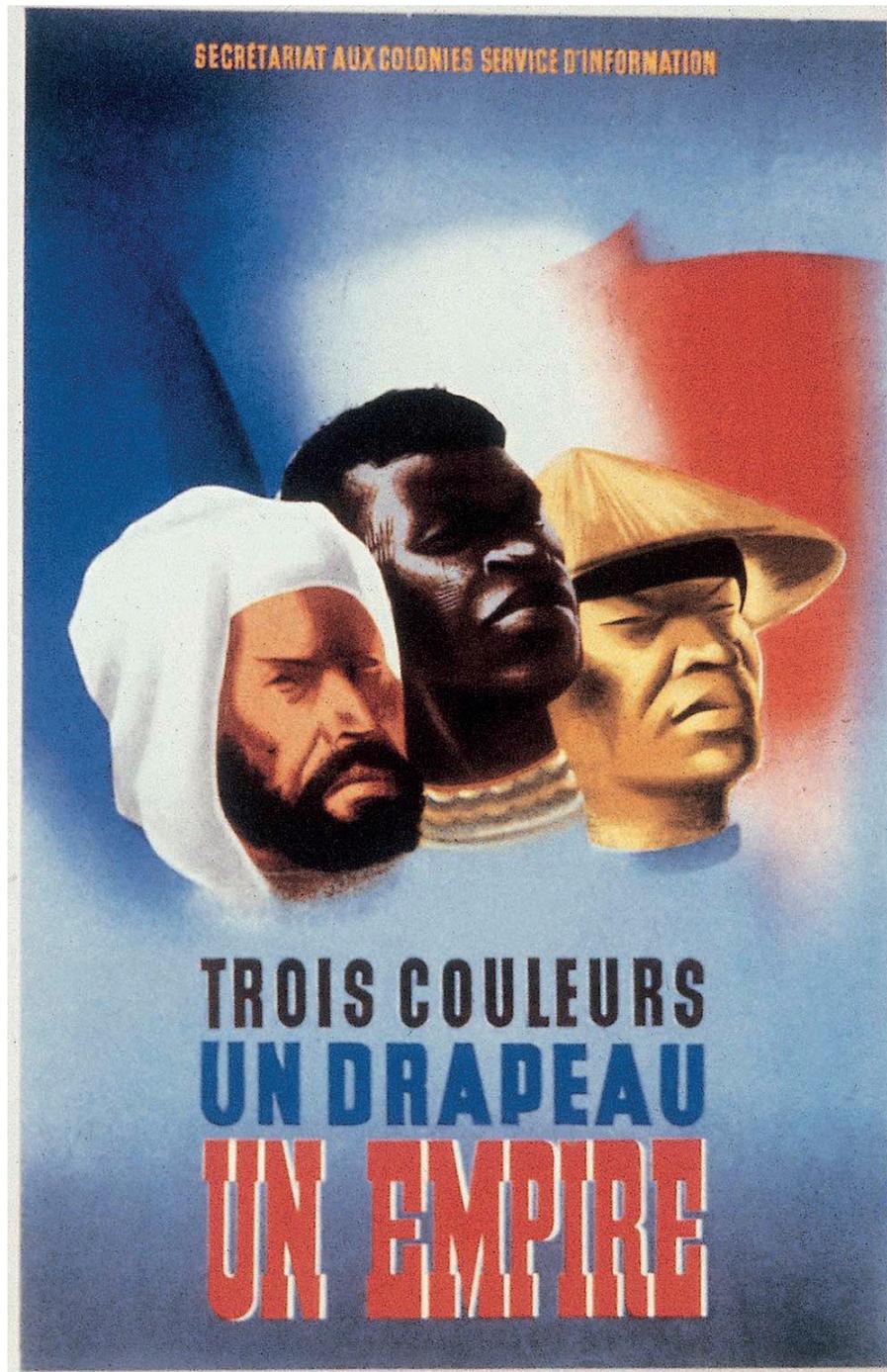
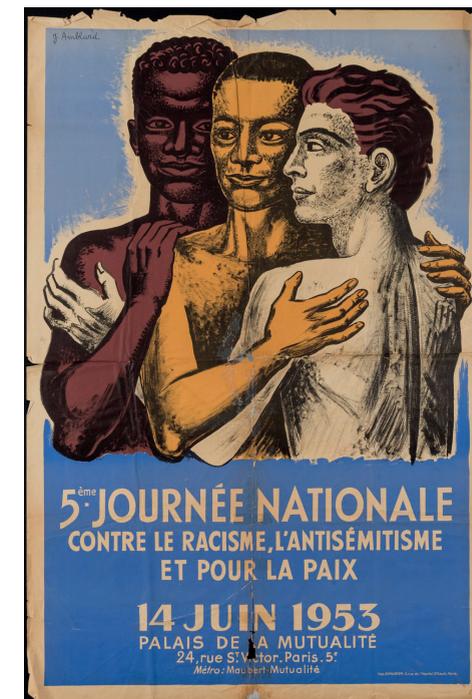


fig. 28

fig. 28 Affiche *Touche à ma nation!* auteur inconnu, pour le Parti des Indigènes de la République, 2010fig 29 Affiche *Trois couleurs, un drapeau, un empire*, Eric Castel, éditée par le secrétariat d'Etat aux colonies, 1941fig. 30 Affiche *5e Journée nationale contre le racisme, l'antisémitisme, et pour la paix*, Jean Amblard, pour le Mrap, 1953

fig. 30



Racisme reprend la main utilisée pourtant par le Front National afin de transmettre un message fraternel. La main de SOS Racisme est aussi la main du FN, dans le geste. Mais elle est également présente dans l'imaginaire nazi, c'est à la fois la main de Fatma et la main de la justice... On ne les confond pas car elles sont traitées graphiquement de façon différente, et ce traitement graphique est le terrain de nombreux détournements. Ainsi, en réponse au slogan « Touche pas à mon pote », le FN et l'extrême droite détournent sans cesse les affiches concurrentes en utilisant le support subversif des autocollants [11]. Le ton du slogan est repris, mais pour défendre la police, et la main qui saisit une matraque est menaçante et annonciatrice de répercussions (fig. 31). L'empreinte du Front National est reconnaissable par la sobriété de la linéale, du dessin et les couleurs de la France. En ne changeant que le message, et non le style graphique, l'efficacité du message de La Vieille Taupe est à double tranchant ; les moins informé·es peuvent accepter facilement l'idée, ainsi elle s'insinue plus subtilement (fig. 32). Cependant, le message peut aussi être trop subtil : sans réel marqueur graphique de différence, et sans information, on peut passer à côté du message. Dans le troisième cas de figure, les ultras Troisième Voie répondent encore par l'autocollant à la petite main jaune (fig. 33). On sait qui est visé car la couleur est reprise, le mot « pote » revient. On comprend cependant que le message est contraire car un ton cynique est adopté, la typographie n'est pas exactement la même : la scripte est plus grasse, plus ronde, et semble caricaturer la première. Le dessin est également caricatural, car il comporte tous les clichés racistes que l'énonciateur se fait de l'étranger nord-africain.

Ainsi, le traitement graphique et le choix typographique jouent un rôle déterminant dans la transmission du message. On ne s'y trompe pas avec l'affiche du

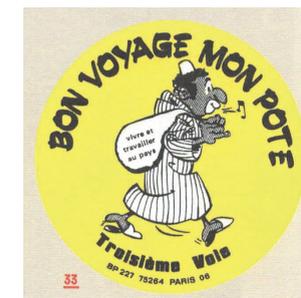
fig. 31



fig. 32



fig. 33



Mrap : le recours à l'illustration, le titrage plus discret, jouent dans la transmission du message de fraternité.

Plus tard, en 2010, le Parti des Indigènes de la République reprend cette affiche avec plus d'insolence mais également une volonté de représentation plus réaliste. Il s'agit d'utiliser la photographie, et non plus le dessin pour montrer des personnes d'origines différentes. Le drapeau français prend des allures révolutionnaires, quand il était patriotique auparavant. Pour une fois, une femme est présente sur l'affiche, peut-être dans une volonté de mixité. La composition est plus marquée par l'urgence, et la linéale est en capitale grasse et condensée, avec une ombre portée qui la fait vibrer. Le vocabulaire utilisé est également différent : on parle de « négrophobie », « islamophobie » qui sont plus accusateurs, l'affiche nous parle de révolution, de radicalité.

L'illustration, la scripte, la linéale plus ou moins grasse et condensée, le bleu-blanc-rouge sont autant d'outils à la disposition de la lutte antiraciste et de la lutte contre l'immigration. Ces codes utilisés pour transmettre un message se retrouvent également dans les productions culturelles, reflets de la société. Il est pour moi très pertinent d'étudier l'affiche du film *Tout simplement noir* (fig. 34) de Pascal Zadi, qui fait l'état des lieux de l'hétérogénéité du discours antiraciste en 2020. L'affiche promotionnelle du film sorti le 8 juillet 2020, était présente tout l'été dans les métros et les abribus. C'est à cette occasion que je l'ai découverte. Un homme noir, une expression heureuse et fière au visage se tient

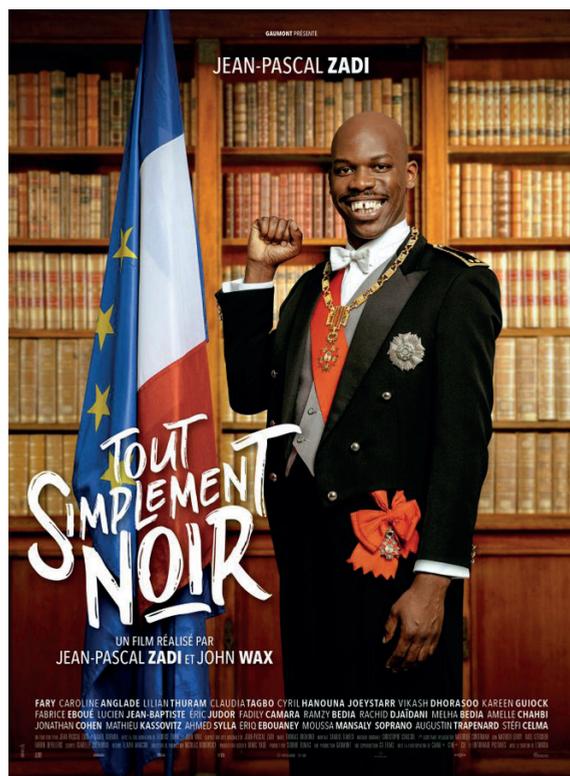
fig. 31 Autocollant *Touche pas à ma police*, FN, 1991, image recueillie dans *Tricolore*, Zvonimir Novak

fig. 32 Autocollant *Touche pas à mon pote Faurisson*, La Vieille Taupe, 1988, image recueillie dans *Tricolore*, Zvonimir Novak

fig. 33 Autocollant *Bon voyage mon pote*, Troisième Vague, 1989, image recueillie dans *Tricolore*, Zvonimir Novak

[11] *Tricolores, une histoire visuelle de la droite et de l'extrême droite*, Zvonimir Novak, 2011. Étude des autocollants de l'extrême droite

fig. 34

fig 34 Affiche du film *Tout simplement noir*, Jean-Pascal Zadi, 2020

debout dans le costume des présidents de la France depuis un siècle. L'affiche convoque la réminiscence d'une culture française détournée. Le public aguerri reconnaîtra le portrait officiel de l'ancien président français Nicolas Sarkozy en 2007 dans la bibliothèque de l'Élysée, ici remplacé par un parfait inconnu, différent de lui en de nombreux points: l'apparence physique générale, la posture, l'expression et les symboles du pouvoir arborés par celui-ci. Cette image est un objet travaillé dans un but précis: celui de donner une certaine impression au potentiel spectateur du film.

À première vue, cette image part d'un postulat qui ne devrait pas susciter d'étonnement chez nous si on revendique les valeurs universalistes de la France.

Le film est une comédie française, l'affiche ne nous trompe pas là-dessus car elle joue sur le ridicule

et le grotesque. C'est dérangeant, car les clichés utilisés pour faire rire sont racistes à mes yeux: la posture, l'expression et le sourire exagéré du personnage, me renvoient directement à la publicité raciste Banania. On se dit que l'intrigue du film va probablement reposer sur l'absurdité d'avoir un Noir pour Président de la République, ce qui paraît impossible aujourd'hui et donc risible. À en croire l'affiche, si on y arrivait, ce serait « Banania » coincé dans un uniforme gaulliste trop petit pour lui. La comparaison avec Barack Obama, président noir charismatique aux États-Unis se fait instinctivement, et on ne peut s'empêcher de se dire que notre président noir manquerait bien de prestance. Cette affiche fait donc un pied de nez à l'universalisme républicain, en nous confrontant à une réalité moins idéale. L'homme n'appartient pas au décor (mais il est content d'y être) et c'est assumé dans un montage grossier qui accentue cette évidence et dédramatise le propos. Ces éléments poussent à interroger les codes du ridicule mis en place dans cette affiche: Pourquoi aller jusqu'à le vêtir de l'habit du général De Gaulle? Il y-a-t-il une revendication en rapport avec la France-Afrique? Le collier des académiciens (chargés de préserver la langue française) va-t-il être une façon d'interroger les quotas de Noirs dans ces institutions?

Le titre semble également provocateur, dans le contexte actuel de la mort de Georges Floyd et des manifestations pour rendre justice à Adama Traoré: est-ce vraiment « simple » d'être noir·e en France en 2020? Au risque de paraître radicale, c'est une comédie française de plus qui joue sur le cliché du bon nègre, destinée à faire rire les Blancs, semblable à *Qu'est ce qu'on a fait au bon Dieu*, box office 2014, comédie préférée des français. À la différence que celle-ci s'insère maladroitement dans le contexte actuel.

Cependant, si on s'attarde sur les informations du film, il se trouve que l'acteur principal, Jean-Pascal

Zadi, que l'on voit sur l'affiche est également le réalisateur du film. Un film fait donc par un Noir, avec un casting n'affichant que des Noir·es dont certains militant·es antiracistes. Une forme de discrimination positive, donc, un premier pas militant dans un contexte où l'invisibilisation des Noir·es au cinéma est de plus en plus critiquée. On peut dès lors questionner le caractère colonial et caricatural de cette affiche: est-ce de l'auto-dérision? Que dire alors des Noir·es qui se moquent des Noir·es en 2020? Quel public est vraiment visé? Les habitué·es du casting? Est-ce une stratégie militante pour attirer le grand public et le sensibiliser à l'antiracisme? S'agit-il de mettre les pieds dans le plat et d'assumer un cliché, une histoire? Le film va-t-il se moquer des Noir·es, ou porter un message de lutte antiraciste? Je suis allée voir le film avec ces questionnements. Mise à part une conclusion militante, appelant tous les Noir·es de France à rejoindre le Collectif Rosa Parks le 30 novembre dans une journée de *black out*, le film n'apporte malheureusement pas énormément de réponses. On peut cependant trouver des éléments de réflexion et de questionnement sur le militantisme antiraciste français dans l'affiche.

La posture est importante; le point semi-levé semble être un clin d'œil au mouvement *Black Lives Matter*, mais dans ce cas on peut se demander pourquoi il est si discret. Est-ce simplement un signe de victoire du personnage content d'être arrivé à ce statut?

Quant au titrage, il s'agit d'une scripte qui semble peinte à la main. En capitale italiques, elle est jetée, énergique, et rappelle le traitement de la scripte du logo « touche pas à mon pote » de SOS Racisme et certaines campagnes du Mrap. La scripte est souvent utilisée dans les campagnes antiracistes de l'association qui prône des valeurs universalistes et égalitaires aujourd'hui perçues comme « naïves » par la génération de militant·es décolonialistes post-2005. Elle renvoie

fig. 35

fig 35 Pochette du titre
Fuck le 17, 13 Blocks, 2019

à un univers de manifestations et de pancartes peintes au pinceau des années 1970 et 1980, et qui fait toujours partie de la communication de l'association.

La relation à l'image est importante, car dans les campagnes de SOS Racisme comme dans cette affiche, elle est associée à une représentation d'un homme noir souriant, et s'inscrit dans un registre heureux et guilleret. Le registre de la scripte traitée au pinceau semble populaire dans la lutte antiraciste, car on la retrouve également sur la pochette du single *Fuck le 17* (sous-entendant *nique la Police*) du groupe de rap français 13 Blocks (fig. 35). Tout en capitales, apposée sur une image traitée en noir et blanc représentant les membres du groupe dans une posture dominante et assurée, elle renvoie à un univers plus écorché et vindicatif.

On peut également dans ce titre trouver des similitudes avec le registre du slogan militant; une phrase courte et rythmée, ici mettant l'accent par une hiérarchisation des caractères sur le mot « Noir », qui est également souligné. Cette mise en valeur du mot peut faire sens dans le débat actuel sur l'appellation « noir » qui est revendiquée, et opposée aux appellations *renoi*, *black*, ou *cke-bla*, critiquées comme des appellations détournées et utilisées par celles et ceux qui

répugnent à parler de couleur. Le titre-slogan pourrait signifier ainsi qu'il faut oser appeler tout simplement un·e Noir·e un Noir·e, et qu'il ne faut pas avoir peur de nommer les différences pour combattre le racisme. C'est un discours plus identitaire, qui rencontre actuellement un écho médiatique, bien plus que le « tous pareils » de SOS Racisme.

Le titre est apposé à la droite du personnage qu'incarne Jean-Pascal Zadi, et l'accompagne. Les lettres sont peintes en blanc, positionnées avec un jeu de composition (le « S » et le « T » encadrent le mot « simplement », l'interlignage est resserré et la composition typographique pourrait se suffire à elle-même en terme d'impact graphique) qui rappelle le travail des peintres en lettres sur les enseignes et les vitrines. Si on décide de se projeter dans cette direction, cela voudrait dire que lorsque l'on est confronté à cette affiche dans la rue ou le métro, on est confronté à cet homme noir, exposé en vitrine et à la disposition de notre regard, comme cela a déjà été le cas dans l'histoire de la colonisation où les Noir·es étaient montrés·es comme des étrangetés.

Cette affiche illustre bien les contradictions de la lutte antiraciste en France. Elle suscite de nombreux questionnements, et convoque des registres, des symboles et des mécanismes contraires et adversaires à la lutte antiraciste: la ré-appropriation des symboles de la France, le préjugé du·de la bon·ne Noir·e ou du·de la bon·ne pote, les codes de militantisme universaliste, les revendications plus identitaires, les clins d'œil à la colonisation... Elle montre également les limites de l'universalisme politique: c'est un idéal vers lequel nous devons tendre, mais il n'est pas encore atteint. Sa mise en pratique a quelques fois invisibilisé certains aspects de la lutte antiraciste, en essentialisant l'autre. Par sa destination au grand public, cette affiche elle montre également qu'essayer de s'adresser à tout le monde est bien complexe et peut affaiblir ou biaiser le discours militant.

DISCOURS DE
L'URGENCE
ANTIRACISTE

SIGNES DE RÉVOLTE

Les émeutes en banlieue parisienne de 2005 marquent un tournant dans la lutte antiraciste. Ces manifestations font suite à la mort de Zyed Benna et Bouna Traoré, deux adolescents, qui tentaient d'échapper à un contrôle de police. C'est à partir de cette date que les acteur-trices médiatisé-es de la lutte antiraciste actuelle apparaissent: la Brigade Anti-Nérophobie et le Parti des Indigènes de la République en 2005, le collectif Afro-féministe Mwasi en 2014, le Comité de Vérité pour Adama en 2016 en sont quelques exemples. Ces groupes se désolidarisent de la pensée universaliste, et luttent pour le combat du racisme anti-noir exclusivement. Par ailleurs, le meurtre de Georges Floyd en 2020, qui a engendré des manifestations en France révèle l'influence de la lutte antiraciste des États-Unis sur ce qui se déroule en France. Ces changements de position dans la lutte antiraciste française sont largement critiqués au sein du mouvement antiraciste institutionnel. L'historien Emmanuel Debono dans sa tribune pour *Le Monde* [01] évoque un renouveau du communautarisme, une dépolitisation de la lutte, et une victimisation qui prennent le pas sur le mouvement. Étudier les éléments communicationnels des nouveaux groupes antiracistes peut nous offrir quelques éléments de réponse pour nuancer ces positionnements et mieux comprendre l'évolution et les nouvelles formes de cette lutte. Si ces groupes s'attachent moins à sensibiliser par des productions graphiques que les institutions antiracistes, les logos et les noms choisis de ces groupes sont parlants.

En 2010, la Brigade Anti-Nérophobie choisit la panthère comme logo, à l'instar du Black Panther Party en 1982 aux États-Unis (*fig. 01 & 02*). À l'origine, cet animal avait été utilisé par les membres du Black Panther Party car il est connu pour attaquer seulement

[01] « Avis de tempête sur l'universalisme », Emmanuel Debono in *Le Monde*, 18 juin 2020

fig. 01



fig. 02



en réaction à une agression. Le mouvement des Black Panther Party était dans les années 1970 à 1990 un mouvement antiraciste très populaire aux États-Unis. Connus pour banaliser le port d'arme pour ses adhérent·es et leur uniforme de cuir noir, ils se posaient en protecteur·trices de leurs propres droits, et bénéficiaient du support populaire. En effet, ils donnaient à l'époque une autre image des hommes et des femmes noir·es, non plus victimaire mais fière et puissante. Non seulement ces membres organisaient des manifestations pour lutter contre les discriminations, mais ils avaient élaboré un système d'aide à l'alimentation aux plus précaires, ils tenaient leur propre journal, et certains de leurs membres les plus influent·es comme Angela Davis proposaient une critique du racisme liée à une critique du capitalisme, à l'international. Ainsi, le mot d'ordre était à une révolution mondiale, mais également un appel pour les Noir·es à briser leur propres chaînes. Réutiliser le logo du Black Panther Party n'est pas un acte anodin pour la Brigade Anti-Nérophobie dont l'organisation comporte des similitudes avec le parti: uniforme noir, organisation constituée uniquement d'hommes et de femmes noir·es qui revendiquent l'apport théorique de la littérature afro-américaine en adoptant une approche du racisme sous l'angle institutionnel. L'heure n'est plus à la sensibilisation, mais plutôt à la réaction.

fig 01 Logo de la Brigade Anti-Nérophobie, 2010

fig 02 Logo du Black Panther Party, 1982

fig. 03

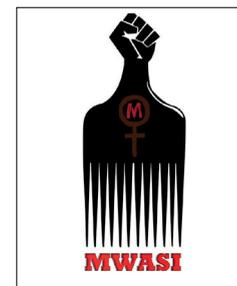


fig. 04

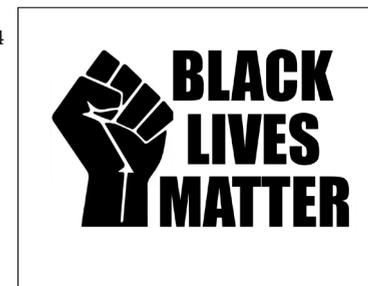


fig. 05

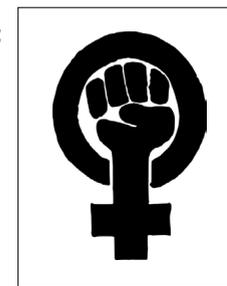


fig. 06

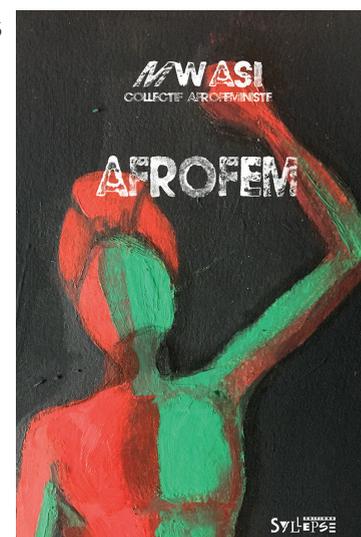
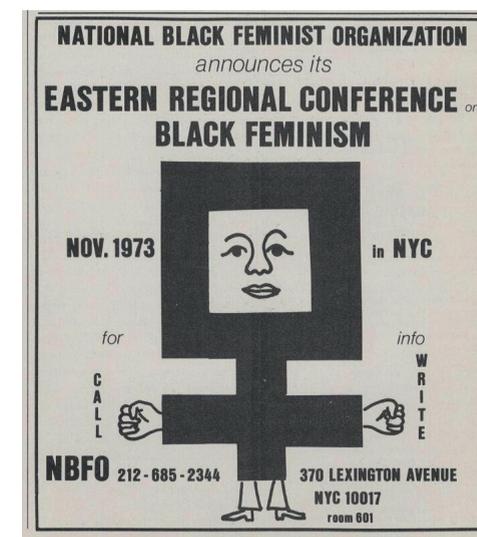


fig. 07



De nombreux symboles importés des États-Unis sont aujourd'hui réutilisés en France. Le logo du collectif MWASI (fig. 03), qui offre de nombreux niveaux de lecture différents, comporte un clin d'œil au logo du mouvement *Black Lives Matter* (fig. 04) et au logo du *Black Feminism* (fig. 05) par la réutilisation du poing levé.

Le poing levé, identifiable au mouvement *Black Power* aux États-Unis, devient international lorsque les sportifs Tommie Smith et John Carlos prennent position sur le podium des Jeux Olympiques en 1968 en acte de militantisme antiraciste (fig. 08). La posture, parce qu'elle est circonstancielle, simple, et qu'elle prend place dans ce contexte sportif, a une force militante exceptionnelle et

fig 03 Logo du collectif afroféministe MWASI, 2014

fig 04 Logo du mouvement Black Lives Matter, 2013

fig 05 Logo du mouvement Black Feminism, années 1960

fig 06 Manifeste Afrofem du collectif MWASI, 2019

fig 07 Manifeste du mouvement Black Feminism, 1973

fig. 08

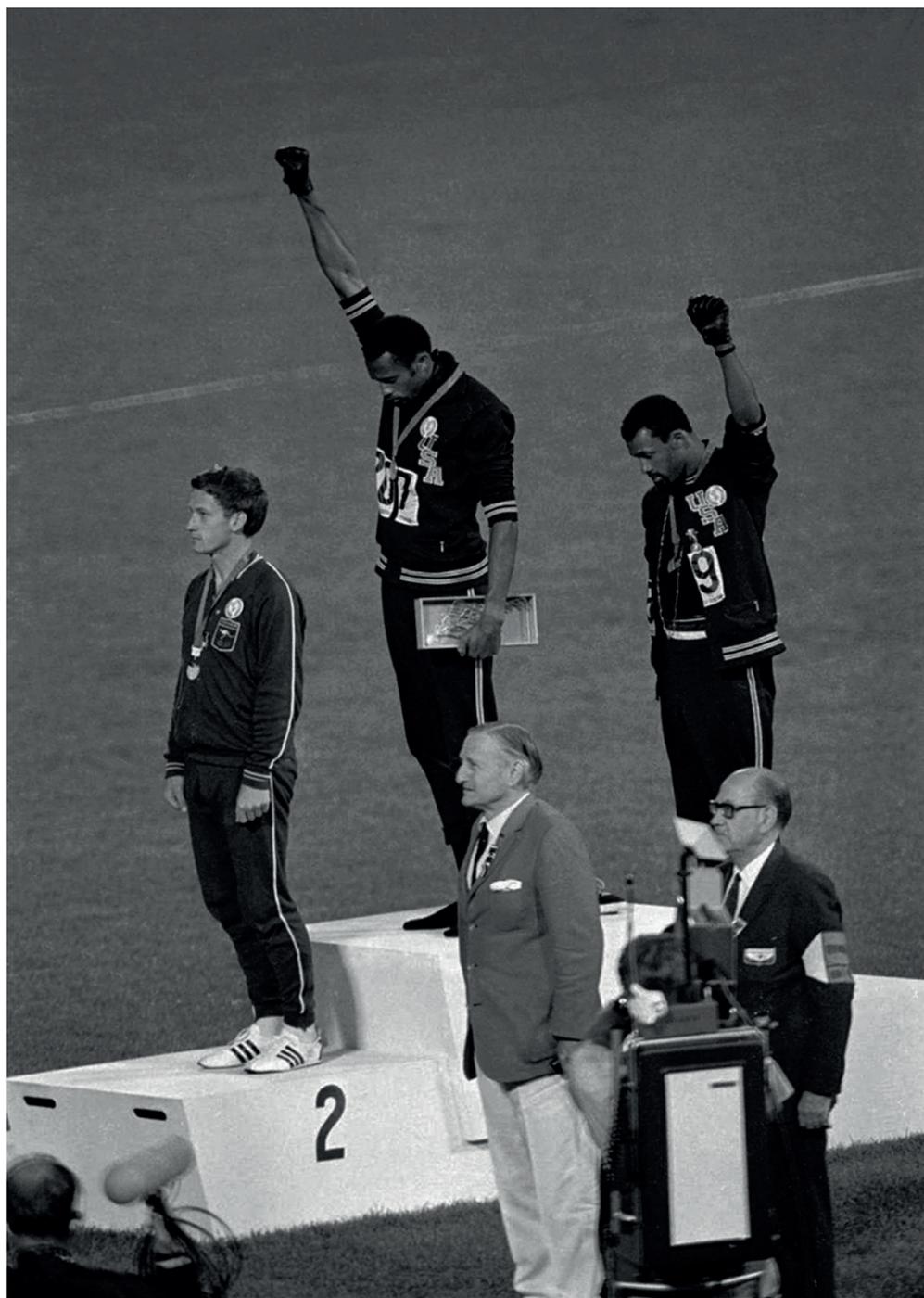


fig 08 Tommie Smith et John Carlos aux Jeux Olympiques de 1968

fig 09 Logo du Parti des Indigènes de la République, 2005

devient la posture de prédilection pour signifier l'engagement antiraciste. Ce geste bénéficiait pourtant d'une histoire militante avant cet événement. Décliné parfois en « poing levé bras plié », il était utilisé en Europe (en Allemagne, en Italie et en France notamment) en opposition au salut fasciste dans les années 1920. D'une réponse au salut hitlérien, il est devenu signe d'appartenance au Front Populaire en France, puis affilié aux communistes, puis celui des minorités raciales. Le geste transposé par la suite en signe est ensuite repris dans les années 1960 par le logo du *Black Feminism* puis par le mouvement *Black Lives Matter*. Il semble être le signe de prédilection du contre pouvoir, de l'opprimé face au dominant. Graphiquement, c'est un signe fort, car il se marie avec efficacité avec la linéale en capitales du logo *Black Lives Matter*, mais il est aussi facilement détournable, comme dans le cas du *Black Feminism*, qui lui rajoute un niveau de lecture en l'associant au signe représentant la femme (fig. 05), ou dans le cas du collectif MWASI, où il s'ajoute au signe du peigne africain (fig. 03). Signe d'une lutte américaine portée par les Noir·es, de force et de puissance théâtrale, le poing fermé se répand aujourd'hui dans la lutte antiraciste française et est annonciateur d'une révolution plus portée sur le spectaculaire. Dans son geste revendicatif, le logo du Parti des Indigènes

fig. 09



de la République (fig. 09) possède une force similaire au mouvement du poing levé. Même si la main ne se ferme pas dans le même geste, elle tient et semble lancer une chaussure, et signifie une colère similaire. Comme nous l'avons vu précédemment, la lutte antiraciste est caractérisée par des signes qui changent de camp ou qui sont détournés ; la chaussure jetée par l'indigène de la

République fait écho à la même colère, mais plus encore aux chaussures de la marche pour l'égalité de l'affiche de la Cimade [02]. Une rupture donc, avec ces marches joyeuses et pacifiques, une volonté de peut-être changer la dynamique de la lutte, et de chercher l'inspiration de l'autre côté de l'Atlantique.

Cette volonté d'ailleurs dans la lutte antiraciste française ne se traduit pas que par une inspiration venue des États-Unis. On constate également beaucoup de références à l'Afrique dans ces logos. La panthère, en plus d'être un prédateur, est aussi un animal africain, et bénéficie de la réputation d'un félin féroce et majestueux. Le peigne africain est également un élément emblématique: il est le symbole de libération capillaire des Noir·es. Le cheveu noir est un véritable terrain d'émancipation aujourd'hui: cachée sous un *Durag*[03] ou un mouchoir de tête au temps de l'esclavage, longtemps défrisée, l'afro est moquée ou vue comme négligée encore aujourd'hui. Les mouvements comme *Nappy Hair*[04] importés également des États-Unis militants pour libérer le cheveu africain, redorer l'image de l'afro, ou simplement l'assumer sans honte font appel au peigne aux longues dents pour sensibiliser les Noir·es à prendre soin de leur cheveux. Il est devenu un accessoire tendance, mais aussi un lien avec l'Afrique pour ceux qui veulent affirmer leurs origines, et donc un signe fort dans la lutte antiraciste aujourd'hui. Les signes utilisés par la nouvelle génération antiraciste nous disent à la fois une envie d'ailleurs, de « retour aux sources », mais aussi une volonté des Noir·es d'être acteur·trices de leur propre combat, de renouveler et de se réapproprié celui qui était alors porté par les institutions étatiques. Il émerge également un vocabulaire plus spécifique qui annonce des revendications de nature plus profonde et différente à l'intégration des immigré·es et le combat de la discrimination raciale. Ces nouveaux termes exposent un aspect du racisme qui était jusqu'ici peu mis en avant.

[02] Voir (fig. 01), p.15

[03] Le *Durag* est un couvre-chef porté pour protéger les cheveux, les tresses ou les *dreadlocks*

[04] *Nappy* est la dénomination du *natural hair movement* né aux États-Unis en 2001. Il regroupe les femmes noires conservant leurs cheveux crépus

REDÉFINITION DU VOCABULAIRE DE LUTTE

fig 10 Photo de profil de la page Facebook *la Vérité pour Adama*, 2016

Bien qu'ils-elles aient des revendications propres à leur identité et la façon dont ils-elles sont considéré·es qui s'approchent de la lutte états-unienne, les acteur·trices du nouveau mouvement antiraciste sont bien ancré·es en France. Le discours du Comité de Vérité pour Adama le reflète bien. C'est un groupe constitué essentiellement de Noir·es. Il n'a pas de logo, mais la phrase « Je suis Adama Traoré » en photo de profil

fig. 10



Facebook (fig. 10).

La phrase évoque le slogan « Je suis Charlie » créé par Joachim Roncin, un graphiste français, dans les heures qui ont suivi l'attentat contre le journal *Charlie Hebdo*, utilisée le 7 janvier 2015 et les jours suivants en soutien aux victimes. Cette phrase renvoie à un traumatisme français récent qui touche symboliquement aux

valeurs de la France: *Charlie Hebdo* est un journal qui jouit de sa liberté d'expression satirique. Ce clin d'œil est peut-être une façon d'insister sur la gravité du meurtre d'Adama, et stimuler un sentiment d'appartenance en rappelant un deuil collectif du passé et en postulant que nous sommes tous·tes concerné·es. De plus, la formulation résonne dans l'inconscient collectif: « Je suis Spartacus » [05], « Ich bin ein Berliner » [06], « Ce soir, nous sommes tous Américains » [07] sont toutes des phrases qui ont été prononcées pour signifier une solidarité collective lors d'événements graves. Ce slogan repris par le Comité de Vérité pour Adama semble être le témoin d'une volonté de s'inscrire dans la France et de rallier le plus grand nombre à sa cause. Par ailleurs, le Comité de Vérité pour Adama a plusieurs fois marqué son soutien et son ouverture pour les autres luttes qui ont eu lieu en 2020 et précédemment: participation aux manifestations de *Gilets Jaunes*, association avec *Extinction Rébellion* [08], et n'a jamais demandé à ses membres de mettre en avant une spécificité ethnique, religieuse, culturelle ou sociale pour faire partie du mouvement. On peut donc supposer que, même si le mouvement antiraciste actuel semble bien plus difficilement abordable que l'ancien et essentiellement porté par des minorités, le mot « communautarisme » soit à utiliser avec des pincettes quand l'essentiel de ses revendications porte sur une demande de justice et une volonté d'apporter un changement structurel et global dans la société.

D'après la sémiologue Cécile Alduy [09] celui qui impose son vocabulaire détient le pouvoir sur le débat. L'apparition de nouveaux mots dans le vocabulaire français et la Constitution, leur utilisation selon le contexte sont politiques. Ainsi, certains mots, qui ont fait leur apparition récemment, comme « féminicide » ou encore « effondrement », ne sont pas utilisés seulement dans une optique de définir une réalité, mais aussi dans celle de mener un combat. Par exemple, le fait

[05] Réplique culte du film *Spartacus!* de Stanley Kubrick, 1960

[06] Prononcé par John Fitzgerald Kennedy durant son discours à Berlin-Ouest, 1963

[07] Dit par la politologue Nicole Bacharan le 11 septembre 2001

[08] Extinction Rebellion est un mouvement social écologiste international

[09] Invitée du podcast « La guerre des mots, un combat très politique » tenu par Hervé Gardette, *France Culture*

que le terme « féminicide » soit aujourd'hui banalisé dans les médias marque un avant et un après dans le mouvement #MeToo [10], comme un point de non retour sur le combat féministe. En effet, ce terme est plus précis que l'expression « violence faite aux femmes », car il évoque spécifiquement un meurtre, mais il supprime aussi la forme passive de l'expression: parler de féminicide, c'est pointer un responsable, nommer une réalité systémique. Intégrer le mot « féminicide » au débat ouvre une fenêtre sur une pensée plus globale de la société. Ainsi, le changement de vocabulaire n'est pas anodin dans une lutte: c'est un marqueur d'une volonté de reprendre le pouvoir et de définir ses propres termes.

Si on commence à accepter de parler de féminicide en France, l'utilisation du mot « race » reste controversée:

« Non la race n'existe pas. Si, la race existe. Non certes, elle n'est pas ce qu'on dit qu'elle est, mais elle est néanmoins la plus tangible, réelle, brutale, des réalités. »

Cette citation de la sociologue Colette Guillaumin [11] révèle comment la question raciale est aujourd'hui abordée en France: le mot « race » gêne, car il réfère à un passé de délation, antisémite, et une histoire coloniale que l'on assume difficilement. On préférerait qu'il n'existe pas, il va contre les valeurs républicaines actuelles, mais on doit quand même combattre le racisme, qui, lui, existe. L'entrée ou la sortie d'un mot dans le système juridique est symbolique et politique, et il y a actuellement un débat en cours sur le statut du mot « race »: faut-il le supprimer de la Constitution? Si oui, comment combattre un problème sans le nommer?

Dans la lutte antiraciste, c'est d'autant plus intéressant que le mouvement se définit par ce contre quoi il lutte. En effet, si l'on décortique le terme « anti-racisme », c'est le contre-pouvoir qui s'exerce face au racisme, il a donc besoin du racisme pour exister. Il s'agit de se définir quelque part par le vocabulaire de

[10] Le mouvement #MeToo est un mouvement social féministe qui vise à faire savoir que le viol et les agressions sexuelles sont plus courants que ce qui est souvent supposé.

[11] « Analyse du discours et catégories « raciales »: problèmes, enjeux, perspectives », Emilie Devriendt, Michèle Monte, Marion Sandré in *Mots. Les langages du politique* n° 116, 2018, p. 17

l'ennemi·e. C'est le point de vue défendu par les « antiracistes » qui veulent abolir le mot « race » et le désignent comme une « catégorie du pouvoir visant à diviser les opprimés en les assignant à une identité fictive » [12].

Aujourd'hui, la nouvelle génération antiraciste nous impose ses propres termes, ou du moins, le débat est remis à l'ordre du jour. Est-ce une manière d'aller plus loin que le combat contre le racisme, et de proposer un changement plus durable et plus profond dans la société ? Est-ce le marqueur de problèmes plus complexes liés au racisme aujourd'hui mis en lumière ? L'utilisation du mot « Négrophobie » dans le nom de la Brigade Anti-Négrophobie est parlante sur le tournant que prend le combat d'aujourd'hui. « Négrophobie » signifie la répulsion pour les Noir·es. Ainsi, la lutte antiraciste se déplace dans le domaine de la peur, une émotion, ce qui semble rendre la lutte plus subjective. Ce mot fait appel non plus à un combat juridique ou législatif pour l'intégration, mais plutôt à une expérience, un ressenti et une perception de l'autre qui dérange. On dénonce le refus d'accepter la différence, et dans ce cas, il ne faut pas avoir peur de la nommer. Un vocabulaire nouveau émerge (ou est remis au goût du jour) : on s'intéresse au « colorisme » [13] pour dénoncer une hiérarchisation et un systématisme des discriminations. Les membres du Parti des Indigènes de la République sont « décolonialistes » : ils s'attachent à déconstruire l'héritage de préjugés et de mécanismes racistes hérités par la colonisation, et veulent que la France prenne ses responsabilités en tant qu'ancien empire colonial. Les « racisés », « enfants de l'immigration post-coloniale », les « indigènes de la République » revendiquent un usage du mot « race » pour combattre et dénoncer un rapport d'oppression existant. À première vue, l'état d'esprit semble plus terre-à-terre et rancunier que les idéaux antiracistes portés jusqu'ici en France : on pourrait se dire que la nouvelle génération antiraciste a pour seuls objectifs de faire valoir son

[12] « Analyse du discours et catégories "raciales" : problèmes, enjeux, perspectives », Emilie Devriendt, Michèle Monte, Marion Sandré, *Mots. Les langages du politique* n° 116, 2018, p.16

[13] Forme de discrimination qui se distingue du racisme, même si elle en est issue. Elle différencie les individus selon la clarté de leurs peaux, une peau plus claire étant considérée

comme « plus jolie »

identité raciale différente, et d'obtenir réparations pour les crimes du passé. D'où ces accusations de victimisation et de communautarisme qui discréditent le mouvement. Par ailleurs, une peur plane autour des réclamation identitaires en France, car elles rappellent ce mot problématique, qui est le mot « race ».

C'est à mes yeux un des aspects les plus complexes du combat contre le racisme : vouloir crever l'abcès sur le malaise racial et assumer que nous ne sommes collectivement pas encore à la hauteur de notre modèle universaliste revient souvent aux yeux de la majorité à tendre vers un comportement raciste.

Il y a cependant une réflexion à avoir sur cette recherche identitaire, sur cette réapparition des signes africains dans la lutte, et cette envie de se redéfinir. Le refus des expressions généralisées comme *Renoi*, *Black*, *Cke-bla* par les Noir·es en est symptomatique. En effet, ces mots lévitent autour du mot « Noir·e » sans jamais l'assumer. On revient sur cette gêne autour de la race, qui s'applique aussi au mot « Noir·e ». La journaliste Charlotte Causit aborde le sujet de façon très juste : lorsque l'on n'ose pas dire « Noir·e », on dit *Black* [14]. L'anglicisme renvoie à une réalité américaine revendicative, pour parler de rap ou de *Hip Hop* : la « culture black », et ainsi évoquer un·e Noir·e *cool*, « désirable », avec une « puissance culturelle états-unienne ». Il y a une forme d'invisibilisation des autres Noir·es, ceux que l'on cherche à oublier : le tirailleur sénégalais, le·la sans-papiers... Finalement, la gêne et le flou autour des mots « race » et « noir·es » laissent les Noir·es toujours plus désarmé·es dans le combat du racisme : il ne faut pas mettre en avant une identité liée à la couleur de peau, il est dangereux de se revendiquer « racisé », mais la réalité, c'est que l'utilisation courante des mots détournés assujetti quand même les Noir·es dans l'imaginaire à une certaine identité, qui leur est imposée. L'idéal serait de ne pas regarder de trop près la lutte états-unienne, car elle

[14] « Je n'aime pas que l'on me dise "black" » : pourquoi, en France, le mot « noir » reste tabou », *Franceinfo*, le 12 juin 2020

ne correspond pas à la lutte française, mais la réalité est plus complexe, car chacun a déjà intégré un vocabulaire et une image importés des États-Unis. Il ne s'agit non pas de tendre vers une recherche d'identité essentialiste, mais plutôt de mettre la lumière sur un aspect du racisme plus subtil, et qui dérange autant, qui touche à l'identité que l'on autorise aux Noir·es à prendre en société.

Aujourd'hui, le combat antiraciste s'engage plus spécifiquement dans un combat pour la reconnaissance. L'historien Pap Ndiaye s'intéresse à ce sujet avec une grille de lecture sociale [15]. Il explique que bien que l'universalisme français ne reconnaisse ni race, ni couleur, ni ethnies, ni religion, il existe bel et bien des races en tant que construction sociale: en France, il y a des Noirs seulement parce que l'on les perçoit comme tel. C'est la « condition noire »: une partie de la population partage une expérience commune : celle de la discrimination et celle d'être perçue comme « Noir·e » (et donc être vu par le biais de clichés), et cette expérience les rassemble. Le mot condition est utilisé car il ne renvoie pas à une classe sociale, à une quelconque particularité génétique, mais plutôt à une expérience subie par une minorité.

On voudrait que la lutte antiraciste s'élève au rang des idéaux de la France. On lui reproche de ne pas voir plus loin que ce que nous impose le racisme. En effet, cette nouvelle génération antiraciste n'a pas l'ambition de combattre toutes les discriminations et de réconcilier les êtres humains, elle est plutôt un reflet des contradictions et de la relation qu'entretient la France avec le racisme aujourd'hui. Même si la question d'aspirer à un idéal est légitime dans la lutte et qu'il est essentiel de représenter les valeurs auxquelles on aspire, je crois qu'il est contre-productif d'exiger du mouvement antiraciste actuel de correspondre à une certaine idée noble que l'on se fait d'une lutte, et de montrer l'exemple. Le combat du racisme est supposé être l'affaire de tous·tes,

[15] *La condition noire: essai sur une minorité française*, Pap Ndiaye, 2008

et je pense qu'il ne faut pas négliger l'outil de compréhension de toutes les facettes du racisme que nous offre ce nouveau discours antiraciste comme point de départ utile et éclairant. Le problème du racisme persiste depuis maintenant des années, et il est à mes yeux très ambitieux de demander à un mouvement qui se bat pour la dignité et parfois la survie de s'élever à des valeurs que la société brandit comme idéal, mais reste dans l'incapacité de réaliser dans les faits.

DISCOURS QUI CRÉENT LE DISSENSUS

L'idée de groupes essentiellement constitués de Noir·es, utilisant un vocabulaire complexe, difficile à maîtriser, parfois importé des États-Unis, dérange en France. L'utilisation de mots qui renvoient à une expérience plus personnelle et plus identitaire du racisme emporte la lutte en dehors de la sphère politique pour ses détracteurs. Cela questionne. En effet, la stratégie des institutions antiracistes qui s'attachent à parler d'universalisme au plus grand nombre comporte des faiblesses quant à la réception et le contenu du message antiraciste. S'il est évident que le nouveau visage de la lutte antiraciste est moins accessible, et que la sensibilisation n'est pas la priorité, peut-on lui reprocher de ne pas vouloir sensibiliser sur des revendications qui existent depuis déjà bien longtemps? Le définir comme communautaire et victimaire n'est-il pas un vestige des préjugés que nous empêche de dépasser le spectre de l'universalisme bien pensant?

La rappeuse Casey s'exprime sur le l'ambivalence de définir un mouvement antiraciste comme communautaire, et propose par la même occasion une définition du racisme [16].

[16] Casey: «*Le racisme c'est comme la mode, il y a des tendances*» Hier encore (2017/2020), interview Yard, 2020

«*Le communautarisme, c'est dire que quand des Noirs sont ensemble, ils ne sont que noirs, ce ne sont pas des individus. Quand des Arabes sont ensemble, ils ne sont qu'arabes. Par contre les Blancs ont droit à leur individualité. Mais tout le monde a le droit à son individualité. Même si tu es avec des gens qui ont ta carnation de peau, tu es un individu. Toi et moi, même si on est noirs, on n'est pas pareil. On n'a pas le même caractère, on ne vient pas des mêmes endroits, on ne pense pas de la même manière. C'est te retirer ton individualité, c'est ça le racisme. Quand on parle de communautarisme, on parle de troupes. On parle de nous en troupeau. On réfléchirait de la même manière, on aurait la même pensée. On n'aurait de cesse que d'être ensemble, pour faire des trucs obscurs, qui viseraient à anéantir on ne sait pas quoi. Tu vois bien que c'est de la folie, que c'est délirant. C'est ça la carotte du communautarisme, de faire de toi un mouton parmi le troupeau. C'est-à-dire, j'ai beau être avec quinze renois, je ne suis pas eux. On ne nous prête pas de la nuance. Le racisme c'est aussi bête que ça, c'est comment tu enfermes l'autre. Parler de communautarisme, c'est enfermer l'autre. Et alors, si on veut vraiment parler de communauté, la plus grande communauté que je connaisse, c'est la communauté blanche. Et en plus, elle a le pouvoir.»*

Ce point de vue nous offre des clefs importantes pour penser l'antiracisme aujourd'hui. D'abord, il s'agit d'envisager le racisme sous la forme de jeux de pouvoirs entre majorités et minorités, et de remettre en perspective l'idée de communauté: parle-t-on de communauté pour les majorités ? Les revendications identitaires sont-elles aussi problématiques lorsqu'elles viennent d'une minorité que lorsqu'elles sont affirmées par une majorité ? D'après Casey, déclarer que la nouvelle génération antiraciste fait du communautarisme et se victimise, c'est peut-être refuser de comprendre la complexité du

racisme que l'on combat aujourd'hui. De plus, elle parle d'un point de vue de rappeuse. C'est intéressant à mes yeux car on néglige souvent le rôle du rap dans le mouvement antiraciste, bien que l'histoire du rap soit extrêmement liée à celle du combat contre le racisme, et qu'elle l'influence aujourd'hui. Il est pour moi très intéressant de s'attarder sur ce médium d'expression artistique quand on explore les terrains de lutte antiraciste actuels, et à la représentation des Noirs dans le monde. De plus, le rap français et ses acteurs font souvent l'objet de critiques similaires à celles que l'on fait à la nouvelle génération antiraciste.

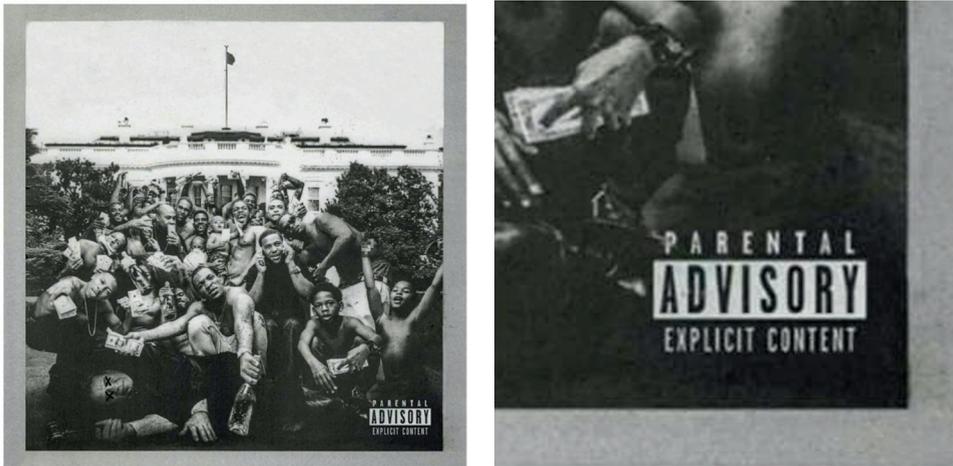
CE QUE L'HISTOIRE DU RAP NOUS DIT DE L'ANTIRACISME AUJOURD'HUI

Le rap est un genre musical issu du *Hip Hop*. Le mouvement du *Hip Hop* est né dans le Bronx à New York dans les années 1970, et sera notamment popularisé avec le titre *The Message* [17], qui décrit la vie difficile des Noirs dans le *ghetto*. Très vite il devient une fenêtre où la parole de populations noires que l'on n'entendait pas se libère et circule. Décrivant un mode de vie dur, dangereux et sans issue qui dérange, il suscite l'émoi dans les banlieues pavillonnaires blanches qui militeront pour poser l'étiquette *Parental Advisory* (fig. 11) sur les pochettes de couverture des albums de rap: ce genre qui décrit le quotidien d'une minorité noire opprimée dérange, et en s'internationalisant, le rap conservera sa mauvaise réputation.

Auparavant inscrit seulement dans la culture urbaine, le rap est aujourd'hui présent dans tous les milieux. Maintenant que l'on peut clairement quantifier l'impact du rap dans l'industrie musicale (grâce au *streaming*) on peut affirmer que le rap aujourd'hui, est le genre musical le plus populaire, le plus écouté et est devenu protéiforme. Depuis la *French Touch*, aucun

[17] Titre de *Grandmaster Flash and the Furious Five*, label *Sugar Hill Records*, 1982

fig. 11



genre musical n'avait fait autant voyager la musique française que le rap français [18]. Pourtant, le rap français est souvent vu comme une parole de personnes marginales adressées aux personnes marginales. Même s'il est sorti de la banlieue, on a toujours cette image du rappeur noir en survêtement, qui traînerait en bas de son bâtiment. Ainsi, comme certains groupes antiracistes, la réputation du rap français souffre d'accusations de « musique communautaire ». D'aucuns le décrivent comme « code d'une communauté socioculturelle fermée » [19]. En effet, à vue de nez, c'est un genre musical noir, qui vient de banlieue, avec des gimmick [20] qui ne sont pas toujours intelligibles, auxquels on peine à s'identifier, résultant d'un manque de compréhension. Les rappeurs blancs sont minoritaires dans ce milieu.

Mais le rap tend d'abord à être une proposition artistique offerte à une communauté indéfinie d'amateurst·rices potentiel·les – à l'expertise spécifique plus ou moins affirmée. Ainsi, le rap français utilise un argot qui s'éloigne de la langue française. Gaston Esnault définit un argot comme « l'ensemble oral des mots non techniques qui plaisent à un groupe social » [21]. S'il arrive qu'un·e locuteur·trice emploie des mots d'argot pour éviter d'être compris par les non-initié·es, cela ne signifie

fig 11 Couverture de l'album *To Pimp a Butterfly*, Kendrick Lamar, 2015

pas pour autant que le recours à des mots argotiques soit essentiellement motivé par une volonté de cryptage. Le rap est une technique vocale, il y'a une culture de l'oralité poétique qui a un lien dans la forme même de la poésie [18].

C'est aussi le propre de bien d'autres expressions artistiques, comme l'art abstrait, ou encore la poésie: tout n'est pas accessible, il faut souvent s'éduquer pour comprendre l'œuvre à laquelle on est confronté·e. S'ajoute alors souvent cet enjeu social: il faudrait recevoir une éducation artistique pour apprécier l'art abstrait, ou une performance de *Body Art*, avoir fait certaines études pour apprécier la poésie. Alors, pourquoi refuserai-t-on au rap de nécessiter, au même titre que les autres arts, une certaine culture (bien que non académique) pour être compris? Pourquoi doit-il être automatiquement qualifié de communautaire? N'est-ce pas une façon réductrice de dire que lorsque des Noir·es sont-ensemble, ils-elles ne sont que Noir·es?

La question du communautarisme est importante, car elle pose la question du regard que l'on pose sur un groupe, mais aussi de l'importance de la classe sociale dans le problème du racisme aujourd'hui. La plupart des Noir·es en France sont sous-représenté·es dans les hautes classes sociales et n'appartiennent pas aux milieux élitistes. À titre d'exemple, on ne compte que 31 typographes afro-descendant·es dans le monde, alors que 581 typographes sont recensé·es en France, d'après le site *Typographie Française* [22]. On ne communique pas avec les mêmes outils selon le milieu social auquel on appartient, et cela ajoute de la complexité au problème du racisme: par exemple, on accorde peu de crédit au rap comme médium d'expression artistique émancipateur et comme outil dans la lutte antiraciste, ou de légitimité à un cri de colère qui fait le dissensus. Ils sont signes d'une réflexion moins aboutie qu'un discours bien articulé. Pour que le discours antiraciste d'une personne noire

[18] *Le rap, un acte artisanal d'un nouveau genre*, Adela Noual, propos recueillis.

[20] Un gimmick est une phrase, un mot ou une onomatopée qui revient plusieurs fois dans un morceau et le rythme

[19] Anthony Pecqueux, *Voix du rap*, p.34

[21] Définition du *Dictionnaire historique des argots français*, 1965

[22] typographiefrancaise.fr

soit entendu en France, il faut qu'il adopte les codes et les mots adaptés et consensuels pour la majorité, et qu'il soit amené d'une manière qui ne suscite pas l'inconfort de la personne sensibilisée. Il faudrait presque mériter de pouvoir contester. Ces paramètres sont à prendre en compte quand il s'agit de qualifier le mouvement antiraciste actuel. Il ne s'agit pas bien sûr de rayer totalement et définitivement le mot «communautarisme» du vocabulaire, mais de questionner son application. La Brigade Anti-Nérophobie est un groupe constitué presque exclusivement de Noir·es. On peut décider de voir que ce sont exclusivement des Noir·es, et être effrayé par le caractère communautariste de leur organisation. On peut également se demander si ce qui les réunit, en dehors de leur couleur, n'est pas cette expérience commune face à la discrimination, et donc en consensus sur les actions à mener pour la combattre.

TERRAINS DE LUTTE

LA LUTTE DES IMAGINAIRES

Le combat militant antiraciste s'est livré dans la rue, sur des podiums sportifs, la musique, mais aussi dans la presse. Que ce soit des journaux d'actualité ou des journaux spécialisés, le domaine de l'édition a lui aussi été un terrain investigué par les antiracistes. Les groupes militants communiquent leurs idées fortes par des affiches et des interventions ponctuelles, mais ils ont également besoin d'insérer leurs idées dans un contexte durable, avec un médium qui permette de les expliciter et de toucher un plus grand nombre. Pour ce faire, de nombreuses organisations ont choisi de créer un journal, ou une revue. Cela répond à un double besoin: distribué en interne, le journal permettait aux membres de ne rien manquer des actions venues et à venir, et d'être à jour sur les prises de positions de l'organisation. Vendu au public, c'était un médium de sensibilisation, qui permettait aussi de subvenir aux besoins financiers des militants. Ainsi, le Mrap a tenu le journal *Droit et Liberté* entre 1948 et 1987, puis la revue *Différences* à partir de cette même date. Le Black Panther Party tenait également un journal (*fig. 01, 02 & 03*) où figurait les revendications du parti, des critiques de l'actualité et du capitalisme, mais également des caricatures de la police. Ce journal a été fondé par Huey P. Newton et Bobby Seale, et la charte graphique réalisée par Emory Douglas, ministre de la culture du Black Panther Party. Douglas a créé une iconographie pour représenter l'oppression noir-américaine. Dans la première illustration, le trait est épais, les contrastes et les ombres marquées, l'utilisation de motifs, d'un dessin expressif, de trames en arrière plan, deviennent identitaires dans les visuels intégrés au journal des Black Panthers. Emory Douglas utilise également la photographie détournée noir et blanc (*fig. 02 & 03*), qui est un moyen réaliste de représentation. Ainsi, les Noirs

fig. 01



fig. 02

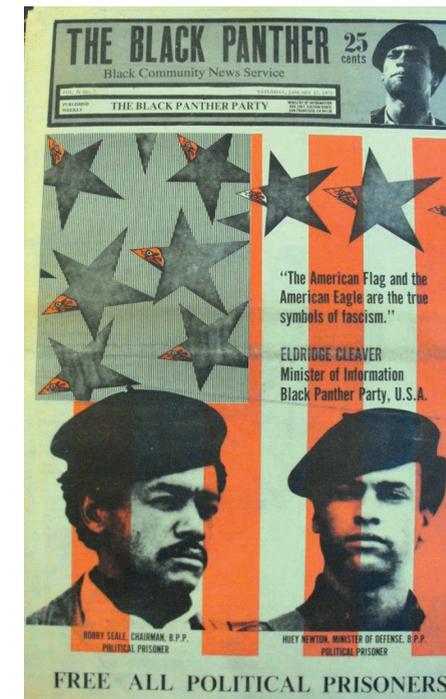
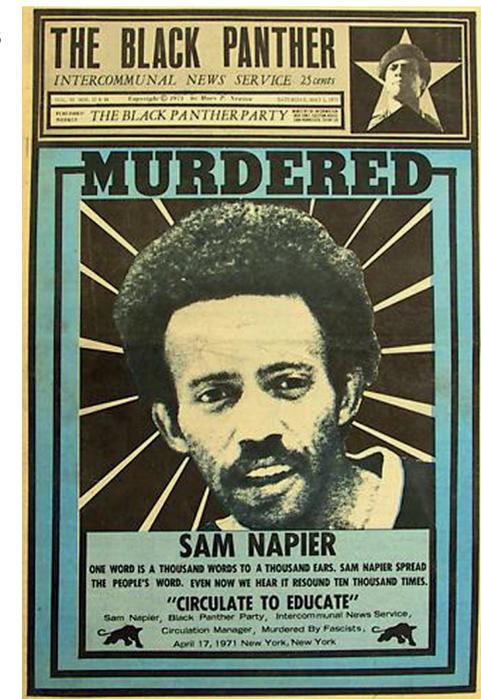


fig. 03



sont représenté-es ici de manière soit réaliste, soit de manière grave, inscrits dans une lutte. Il était important d'avoir ses propres représentations, et ses propres médiums d'expression à l'époque pour contrôler l'image du parti. En effet, le Black Panther Party bénéficiait du soutien populaire, et pour cela ils devaient donner une image positive. Cela passe certes par la légitimité de leurs revendications, mais aussi la manière de présenter: l'uniforme de cuir noir leur donnait une allure fière, le port d'arme les plaçait en dehors du rang des victimes: c'était un groupe qui prenait en main sa liberté, dont on avait envie de faire partie. Le fait d'avoir un journal, d'un tirage hebdomadaire de plus de 300 000 exemplaires et lu internationalement installe la crédibilité du parti, et donne une nouvelle visibilité à des images de « l'homme noir » qui n'existaient pas auparavant. Dans un imaginaire collectif ou les représentations des Noir-es sont très stéréotypées, imposer sa propre représentation de soi, et

fig 01 Extrait du *Black Panther Magazine* numéro 21, novembre 1971

fig 02 Couverture du *Black Panther Magazine* numéro 4, novembre 1970

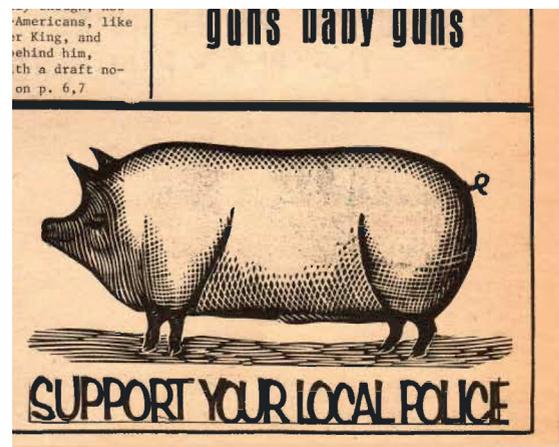
fig 03 Couverture du *Black Panther Magazine* numéro 17, avril 1971

de l'adversaire, est déjà une victoire: il s'agit de s'auto-définir, et d'échapper à la définition de soi par l'autre. Il est donc courant, au cours de l'histoire, que les caricatures, la satire, le dessin de presse et l'images soient utilisés comme outils de lutte pour déstabiliser le camp opposé. Par exemple, les membres de la police étaient représentés par des cochons dans le journal du Black Panther Party (fig. 04). Le journal satirique *Charlie Hebdo* moque les racistes avec une caricature explicite qui présente les participant·es de la « Manif pour tous » en personnages vulgaires et ridicules (fig. 05). Ainsi, quelque soient l'opinion politique ou les préjugés racistes qui nous animent, on ne veut pas être la personne caricaturée dans cette illustra-

fig. 05



fig. 04

fig 04 Extrait du *Black Panther Magazine* numéro 4, juillet 1967fig 05 Caricature extraite du journal *Charlie Hebdo*, 2020

tion. En tant que vecteur d'idée, l'image remplit donc un rôle très importante dans la lutte militante, et le contexte où elle s'insère est également déterminant: un journal est généralement un média qui fournit une information sérieuse et vérifiée, et même s'il est satyrique, on prêterait plus de crédit à une image présentée dans un journal qu'une affiche dans la rue. De plus, comme nous l'avons vu par l'étude des représentations des victimes de racisme dans ce mémoire, la lutte antiraciste est pétrie de préjugés très difficiles à déconstruire, car ce sont des images qui sont présentes dans notre quotidien depuis

longtemps. Renouveler ces images est donc un champ de bataille dans la lutte antiraciste. Aujourd'hui, plus que jamais, on cherche à changer de façon positive les images du passé, souvent par le biais d'un « retour rêvé vers l'Afrique » [01]. Le film *Black Panther* [02] en est un bon exemple: le héros part à la recherche d'un continent africain fantasmé disparu: bien que le film soit une fiction, il reflète une tendance présente chez les afrodescendant·es à « retourner aux racines », à revaloriser et à se réapproprier une culture africaine. Lorsque le typographe Frank Adebaiye présente son caractère *BackOut*, il le décrit comme « d'inspiration africaine » (fig. 06), bien qu'il ne s'appuie sur aucune source africaine [03]. Le mot « africain » renvoie à un imaginaire flou, qui présenterait des rythmes et une esthétique « authentique » ou encore « primitive », qui relève du fantasme. Frank Adebaiye est d'ailleurs conscient de cet aspect dans l'entretien reporté en annexe, et évoque un « inconscient collectif ». Ainsi chez les antiracistes aussi, il existe cette tendance réductrice qui consiste à voir l'Afrique dans son ensemble sans considérer sa diversité, mais cette fois pour la valoriser. Cela est révélateur d'une part du besoin pressant de défendre une image positive des Africain·es, mais aussi peut-être de la conscientisation de la force d'une image simplificatrice pour parler à tout le monde. C'est assez pour rallier du monde, peut-être pas suffisant pour aller au fond du sujet. Ainsi, les Noir·es discriminés, autant que les antiracistes utilisent la force de l'imaginaire et de la représentation pour se défendre et se définir par eux-même dans un contexte où leur couleur est au mieux invisible, au pire discriminatoire. Dans ce contexte, la pop culture est un des terrains de lutte déterminant, car de nouvelles représentations fortes et engagées dans la lutte antiraciste émergent.

[01] Pap Ndiaye, « Le renouveau de la « question noire », *La Grande Table* par Olivia Gesbert, France Culture, avril 2018

[02] *Black Panther*, Ryan Coogler, 2018, 134 min

[03] Voir Entretien Frank avec Frank Adebaiye, p.93

Font Description

BackOut is a kind of African Glyphic typeface. Its name refers to Bob Marley's eponym song.



fig. 06

fig 06 Extrait du specimen de la fonte *Back Out*, Frank Adebaiye, publiée sur *Velvetyne*, mai 2012

LE RÔLE DE LA POP CULTURE

Il y a, à mes yeux, une puissance incroyable dans cette lutte qui a lieu non plus dans la rue, mais dans les milieux culturels, musicaux, les images véhiculées sur les réseaux sociaux, où il ne s'agit plus de taper du poing sur la table et d'énoncer un slogan choc, mais plutôt de montrer que l'on existe, que l'on est accessible, puissant ou attractif, un modèle, sans jamais énoncer la couleur de peau ou donner une importance à cet aspect là. Par exemple, la chanteuse Aya Nakamura représente pour beaucoup un symbole politique: elle s'exprime rarement sur la lutte antiraciste et sur les difficultés d'être une femme noire dans l'industrie musicale. Elle rencontre un succès commerciale considérable depuis quelques années, notamment avec son album *Journal Intime* qui devient disque d'or en 2017. Ce n'est que récemment, dans une interview sur le média *Clique*, qu'elle s'est confiée sur la triple difficulté d'être une femme noire connue en France, notamment à cause du harcèlement sur les réseaux sociaux et de la haine déclenchée par sa couleur de peau. De toute évidence, toute personne informée sur les problèmes de racisme en France ou ayant subi du racisme en France se doute qu'Aya Nakamura a eu un parcours semé d'obstacles. Cependant, elle ne met jamais en avant sa position de « femme noire » dans le milieu de la musique: c'est une chanteuse, tout simplement. Refuser de s'exprimer sur ce problème, c'est aussi envoyer un message: refuser de donner de l'importance au racisme, montrer que l'on peut s'affranchir des préjugés, et que l'on peut juste exister comme on le veut dans ce monde. Ce n'est peut être pas vrai, c'est peut-être plus difficile pour les Noir-es, mais ce qui compte, c'est le message envoyé. Aya Nakamura n'a pas besoin d'être porte parole des femmes noires en France, ni de parler au nom d'une quelconque communauté, ni de dire qu'elle a subi des discriminations à cause de sa couleur. Le fait

fig. 07

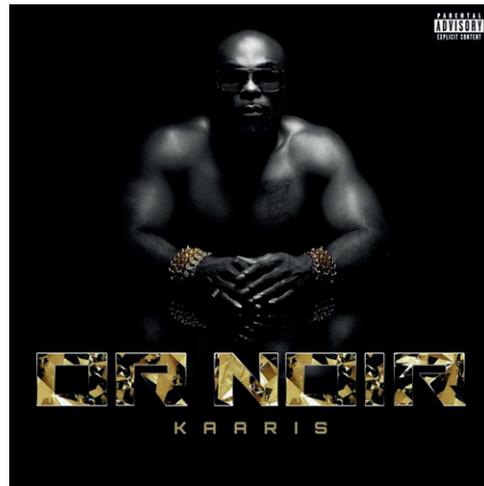
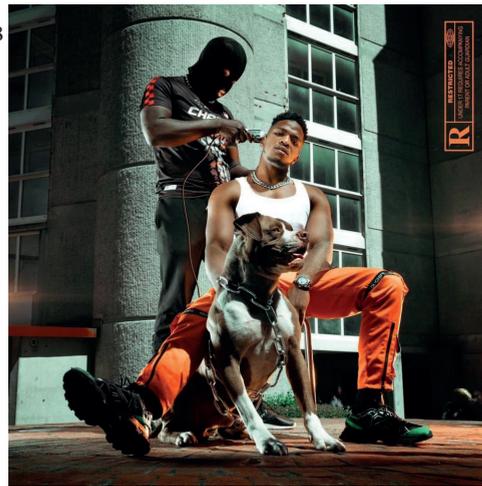


fig. 08



qu'elle soit aimée par les Français, et arrivée à cette position de pouvoir est un symbole suffisant. En ce sens, le milieu de la pop culture est un terrain qui me semble aujourd'hui bien plus puissant pour bousculer les idées reçues que le militantisme « traditionnel ».

Certains artistes utilisent d'ailleurs ce champ d'action pour faire passer un message antiraciste ou bousculer les représentations, dans le milieu du rap notamment. Comme nous l'avons vu précédemment, le rap est un mouvement qui porte des problématiques antiracistes. Même si le rap engagé se fait rare en France depuis Diam's et Kerry James, certains rappeurs utilisent des moyens détournés pour s'émanciper des préjugés qui enferment les Noir-es. Par exemple, Kaaris, Niska et Damso [04] prennent le préjugé du « Noir agressif » à bras le corps et se l'approprient pour créer un personnage. Dans leurs albums, être noir devient une revendication (fig. 07 & 08). Le rappeur Damso propose même une réécriture du mot « Noir » dans son album *Ipséité* : « Nwaar ». Ainsi, la démarche ici est de s'approprier le stigmate, assumer son existence, et jouer avec : il est tourné en quelque chose de tellement extrême qu'il en devient absurde. C'est une manière résiliente de confronter le biais par lequel sont vus les Noir-es. Cela relève

fig 07 Couverture de l'album *Or Noir* du rappeur Kaaris, octobre 2013

fig 08 Couverture de l'album *Mr Sal* du rappeur Niska, 2019

du militantisme, parce que le rap, une musique populaire, est ici utilisé pour véhiculer d'autres images des Noir-es, choisies par elle-eux. Si le médium du rap ne parle pas à tout le monde, et risque souvent de faire perdurer un préjugé, il permet au moins aux personnes noires d'avoir accès à des représentations moins victimaire, et de prendre le pouvoir. En terme de prise de pouvoir, l'exemple le plus parlant serait celui de la participation de Beyoncé au spectacle du *Super Bowl* en 2016 (fig. 09). Avec ses danseuses, elle reprend l'uniforme des *Black Panthers* (fig. 10) pour performer : elle établit directement le lien avec cet ancien parti politique antiraciste, le porte comme un étendard dans un spectacle à portée internationale et amène clairement dans le domaine de la culture populaire son positionnement antiraciste. Le tour de force qu'elle réalise est double : elle rend le fait de militer contre le racisme « cool » et attractif le fait d'être une femme noire. Il ne s'agit plus ici de débattre sur le racisme, comment il s'exprime, qui doit le combattre et comment, mais de le rendre inexistant et ringard. En ce sens, la Pop Culture, qui fait et défait des modes, et qui est aussi le reflet de notre société, est un outil très puissant pour changer les mentalités. Évidemment, si le but de la lutte antiraciste est de déconstruire tous les préjugés, de supprimer toutes les discriminations et de ne favoriser aucun groupe ethnique, cette démarche n'est pas appropriée, mais si les ambitions de la lutte antiraciste sont de rétablir une dignité pour les Noir-es, d'abolir ce statut victimaire, et d'insister sur la gravité des assassinats racistes, cette démarche est à mes yeux efficace. Il s'agit donc d'évaluer quelle direction l'antiracisme peut prendre aujourd'hui car elle dispose de nombreux outils. Cependant, on ne répétera jamais assez que le problème est complexe : en effet, aujourd'hui, en France, on est influencé par une performance de Beyoncé de l'autre côté de l'Atlantique. Cela nous pousse à regarder avec un autre œil le combat

[04] Le rappeur William Kalubi Mwamba, dit Damso, est belge, mais est très écouté en France, son dernier album *QALF* est disque d'or en France

fig. 10



fig. 11



antiraciste français. Dans la lutte de pouvoir qui a lieu dans les milieux artistiques et culturels, la réception des idées par le grand public joue un rôle clef, et est souvent contrainte par les médias. Il est donc essentiel de voir comment aujourd'hui, les messages circulent et la forme qu'ils prennent pour être efficace.

fig 10 Beyoncé et ses danseuses habillées en membres du *Black Panther Party*, *Super Bowl*, 2016

fig 11 Membres du *Black Panther Party*, 1969



fig. 12

fig 12 Lettrage *Black Lives Matter* devant la Maison Blanche, 2020

LE RÔLE DES MÉDIAS

Le militantisme en 2021 n'est pas tout à fait semblable au militantisme des années 50. Une nouvelle donnée, numérique, s'ajoute aux outils des manifestants et nuance la notion de « lutte ». Aujourd'hui, de nombreux comptes militants voient le jour sur *Instagram*, et certains sont suivis par des milliers d'abonnés. Une grande partie du militantisme est relayé par les réseaux sociaux: partager un lieu de rassemblement dans sa *story*, aimer un *post* peuvent servir une cause: par exemple, en 2020, le député Raphaël Glucksmann a réussi à faire plier la marque *H&M*, accusée de faire du profit sur le travail forcé des Ouïghours en mobilisant ses abonnés

sur *Instagram*. Le 2 juin 2020, poster un carré le noir sur *Instagram* était un moyen de montrer son soutien au mouvement *Black Lives Matter*. Les réseaux sociaux facilitent la circulation des idées et des visuels dans le monde, ainsi, n'importe qui peut s'exprimer et passer un message, dont les sources ne sont pas toujours citées. Il en va de même pour les autres réseaux sociaux, comme *Twitter*, *Facebook*, ou encore *TikTok*. Ce militantisme prend de plus en plus de place et fonctionne différemment. En effet, il véhicule des images fortes et éphémères. Le message est pensé pour attirer l'attention et se détacher parmi un flux d'autres images, sur un téléphone. Le format est donc une contrainte. Les images qui ont fait le *buzz* dans la lutte antiraciste ces dernières années sont des images qui ont bien fonctionné sur les réseaux. Par exemple, les images suivantes ont énormément circulé. Le lettrage *Black Lives Matter* (fig. 12) devant la Maison Blanche, est « Instagrammable » : c'est une linéale en capitale gigantesque, qui est visible et lisible de très loin, et se démarque probablement dans un fil [05]. Ainsi, le choix de typographie ici répond à un double besoin : être visible dans la rue, mais aussi se démarquer sur *Instagram*. Dans un univers de photographie parfaites et retouchées, le choix radical et minimaliste de la capitale linéale semble être un bon parti-pris pour faire la différence. Une autre stratégie serait d'habiller la lutte que l'on supporte aux couleurs du réseau social dans lequel on l'inscrit. Par exemple, *Twitter* propose de communiquer par des *post* avec un nombre de caractère limité (280 signes). L'image prend peu de place, et on valorise énormément les tournures de phrase, et la formulation-choc, la prose bien tournée. Sur *Instagram*, à l'inverse, l'image compte plus, et les contenus esthétiques, lancés par les « influenceurs » sont plus visibles.

[05] Écran regroupant toutes les publications des personnes auquel l'utilisateur s'abonne

fig. 13



Ainsi, la lutte antiraciste doit être « jolie » ou dans l'air du temps, être portée par une personnalité influente pour avoir un impact sur *Instagram*. C'est le propos de la deuxième photo (fig. 13), où l'on peut voir le DJ Kiddy Smile performant devant l'Élysée en 2016, découvrant un t-shirt revendicatif, assumant ses origines et son orientation sexuelle avec les mots forts habituellement utilisés pour les dénigrer. Ces mécanismes de révolte privilégient les slogans courts, chocs et sans explications, les *happenings*, la performance et le geste théâtral (comme on peut voir en fig. 14, où Marcus Thuram pose un genou à terre après un but en soutien au mouvement *Black Lives Matter*), avec pour porte parole des personnalités connues, pas forcément spécialiste de la question mais qui prennent position et modifient la lutte. En effet, la lutte est maintenant plus internationale, accessible à tous et le fait d'investir les milieux sportifs, musicaux et culturels lui donne un pouvoir de sensibilisation très fort. Cependant ce fonctionnement

fig 13 Le DJ Kiddy Smile performe un *set* devant l'Élysée, 2016

fig. 14



par messages éphémères, courts et forts propage également une sorte de confusion dans la compréhension de l'antiracisme. Par exemple, sur *Instagram*, on est à un clic des pancartes de manifestation des États-Unis, dénonçant le *white privilege* (fig. 15). On parle de « privilège blanc » depuis quelques temps en France, expression faisant débat. Récemment, Assa Traoré a fait la une du magazine *Times*, un des principaux magazines d'information hebdomadaires américains (fig. 16). Cette couverture présente Assa Traoré en « Guardian of the year ». La photo, très sobre, la montre sur un fond noir, une chevelure imposante, un imprimé qui dessine une gueule de lion, le regard sérieux. Assa Traoré est consacrée au rang de personnalité de l'année, elle a sur cette couverture tout d'une « cheffe charismatique », et on retrouve le lion, un des symboles qui disent l'Afrique en général dans sa force et sa splendeur. On peut faire un parallèle

fig 14 Le joueur de football Marcus Thuram pose un genou à terre après son but en signe de soutien au mouvement *Black Lives Matter*

fig. 15



fig 15 Pancarte d'une manifestante, manifestation *Black Lives Matter*, 2020

fig. 16



fig 16 Couverture du *Time Magazine*, décembre 2020

avec la démarche des *Black Panthers* ici, dont le succès reposait aussi sur le fait de donner une image du-de la Noir-e et de l'Afrique attractive, par des leaders charismatiques et des symboles forts comme la panthère. Cela signifie qu'aujourd'hui, la lutte antiraciste devient une lutte de pouvoirs et d'images et qu'il s'agit de considérer le racisme comme un problème international commun. Les rédacteurs du journal *Times* ne se soucient peut-être pas de l'universalisme français ni des scissions qui animent le mouvement antiraciste en France: il s'agit de donner de la force à un discours similaire et qui résonne avec celui qui a lieu aux États-Unis. Cela est également révélateur sur le chemin que prend la lutte: l'heure n'est plus au dialogue, l'heure est à la démonstration de puissance. La nouvelle génération antiraciste décide qu'il n'est plus utile ou moins efficace d'éduquer, aujourd'hui il faut se montrer, agir, créer des alliances.

La lutte antiraciste évolue avec notre société: les médias y jouent un rôle important, la culture de l'image aussi, et ce sont désormais les outils à prendre en compte dans la lutte. Ainsi, la personne dont la parole pèse le plus aujourd'hui n'est pas la personne qui possède le plus de ressources sur l'antiracisme, qu'elle soit judiciaires, historiques, relèvent d'une expérience personnelle ou d'une activité militante, mais les personnes qui savent travailler l'image, qui sont déjà renommées où encore les médias qui relaient l'information. Les enjeux sont donc nouveaux: cela explique pourquoi prendre possession de son image est de plus en plus important dans la lutte antiraciste. C'est une fenêtre ouverte et une opportunité d'avoir la parole aujourd'hui dans le monde médiatique et donc un pas de plus dans le combat antiraciste. Or pour que chacun parte avec des chances égales dans la lutte des imaginaires et que ce combat ne soit pas juste une démonstration de puissance, il faudrait pouvoir le renouveler avec des images différentes, des apports nouveaux, venant de milieux plus diversifiés. Pour créer

des contenus différents, qui changeront les mentalités, il faut penser différemment, et donc donner la parole à des personnes diverses. Alors, dans les milieux artistiques, culturels, de communication, qu'en-est-il de la diversité? Donne-t-on l'opportunité à assez de personnes différentes d'être capable de construire un discours ou une image forte? Pour citer Frank Adebaiye [06]:

«Le problème c'est que, dans les métiers artistiques, il y a un aléa extrêmement fort dans le fait de pouvoir gagner sa vie ou pas, il y a énormément de codes culturels qu'il faut assimiler pour réussir à produire des formes qui sont acceptées par un commanditaire. C'est la tradition multiséculaire d'un pays qu'il faut réussir à s'approprier, avec une réussite économique hasardeuse. Une personne issue de l'immigration ou d'une couche populaire ne s'y aventure généralement pas. L'entrave est avant tout socio-économique.»

Est-ce que l'on gagnerait plus aujourd'hui à inciter les personnes partageant l'expérience d'être Noir-e en France à se diriger vers des filières artistiques? Donner accès à des outils de communication plus sensibles, ou plus percutants aux personnes qui font l'expérience du racisme aujourd'hui serait-il une façon de clarifier les zones d'ombres du mouvement, et de réconcilier «universalistes» et «communautaristes»? Il me semble que dans une société où le cri de colère contre l'injustice est souvent regardé avec un mépris élitiste, où la forme du message prime parfois sur son sens, ouvrir les champs artistiques et culturels à un public plus vaste et divers serait un bon point de départ pour atténuer les fossés. En effet, la lutte antiraciste en bénéficierait pour ce travail énorme de renouvellement des imaginaires, tandis que les milieux plus étrangers à cette lutte, où «on ne voit pas la couleur» (soit par universalisme ou tout simplement parce qu'elle est absente de ces sphères) gagneraient à s'ouvrir à d'autres discours, venant de milieux différents. Peut-être que de nouvelles formes d'expressions verraient

[06] Voir l'entretiens avec Frank Adebaiye, p.94

le jour, ou que l'on comprendrait mieux celles qui sont aujourd'hui à notre disposition.

Frank Adebaye affirme que l'on aura fait un grand pas lorsque ça n'étonnera plus personne d'avoir un·e Noir·e chef d'orchestre. J'aimerais pour ma part nuancer ce propos. Pour reprendre des exemples cités plus tôt dans cette étude, on aurait parfois tendance à se dire qu'il s'agit d'être « Tout Simplement Noir » comme Jean-Pascal Zadi ou Aya Nakamura: en arriver à une position de force sans donner de crédit au problème du racisme et aux racistes. En effet, c'est là que l'on touche à une limite de l'utilisation seule de la culture pour combattre le racisme: la différence de réception d'un film et la divergence d'opinion sur une carrière musicale ne sont pas forcément graves. La compréhension différente d'un problème relevant du racisme est grave. La carrière d'Aya Nakamura et le titre du film *Tout Simplement Noir* peuvent donner l'impression qu'il s'agit juste d'être soi-même et de ne pas se laisser atteindre par les préjugés et les racistes (qui seraient toujours les autres, les gens simples d'esprit). C'est une vision simpliste du problème.

À mes yeux, le rôle de la culture, du cinéma, de la musique, et de toute forme artistique dans la lutte antiraciste est de permettre de rêver une réalité que l'on a pas encore atteinte: dans ces domaines, on peut porter l'habit du moine afin de devenir le moine, en quelque sorte. Ces champs là nous permettent d'avoir un espoir, un but auquel se raccrocher. C'est un aspect de la lutte qui est très important car il est nécessaire d'aspirer à un objectif pour lequel on se bat. Il faut cependant rester lucide sur la réalité dans laquelle nous vivons, et rester critique sur le potentiel invisibilisant des idéaux qui nous tiennent à cœur. En cela, les médias ont un rôle important à jouer, celui du « cartel » explicatif, qui contextualise le propos. En effet, dans le mouvement antiraciste aujourd'hui, deux luttes se mènent côte à côte et parfois

se croisent, mais ne doivent pas être confondues ou mélangées: d'un côté la lutte du réel, avec ses outils et ses acteurs, de l'autre la lutte des imaginaires et des idéaux, ce à quoi on aspire mais que l'on n'atteint pas, du moins dans l'immédiat.

Un exemple qui a fait l'actualité de 2020 illustre cette ambiguïté et la difficulté du problème. De nombreuses vidéos montrant des Noirs mourant sous les coups de policiers ont vu le jour. Pour l'outil judiciaire, ces vidéos étaient essentielles, car elles constituaient des preuves irréfutables. Diffuser ces vidéos répond à un besoin de justice réel. Cependant, la large diffusion de ces vidéos par les médias a un impact négatif sur le moral des Noir·es: il est d'un côté désespérant et effrayant de voir sans cesse des gens de la même carnation que soi tués à cause de leur couleur, et d'un autre côté, cela perpétue cette image de gibier et de victime qui dessert les Noir·es dans leur démarche d'émancipation et de représentation positive.

L'enjeu aujourd'hui n'est plus seulement d'arriver à une position qui permette d'avoir le pouvoir de s'exprimer et d'être entendu, mais de rendre aussi visible la complexité du chemin pour y arriver, et ce que l'on y sacrifie: pourquoi et que doit-on endurer pour gagner le droit d'être « tout simplement Noir·e »? On se demande à quel point la charge mentale de cet effort est grande. Il s'agit donc « d'ouvrir le jeu » [06], mais entièrement, pour que chacun puisse bénéficier de la l'enjeu de la diversité avec dignité.

[06] Voir l'entretiens avec Frank Adebaye, p.96

ENTRETIEN AVEC FRANK ADEBIAYE

AD – Aux États-Unis, où les questions raciales et de représentation des noirs sont au cœur du débat, certains graphistes et typographes, comme Bobby C. Martin Jr. Et Sylvia Harris pensent que les graphistes et les typographes noirs ont une contribution formelle propre à leur origines à apporter à la typographie. Pap Ndiaye parle d'une expérience noire qui influence notre vécu. Ils pensent qu'il y a style de forme et de langage qui correspondent à une esthétique africaine, qu'en pensez-vous ?

FA – Quand les écritures africaines se sont emparées du latin pour écrire, ce ne sont pas forcément des choses qu'elles se sont appropriées elle-même, elles ont fait parfois appel à des Occidentaux pour régler ces problèmes-là. Je pense notamment à ce qu'a fait Hermann Zapf pour l'alphabet pan-nigérian[01]. Il était Allemand, il a répondu à des problématiques d'adaptation et de réduction d'un corpus de signes pour que ça puisse fonctionner avec des machines à écrire. Donc là encore, on s'est adapté par rapport à des éléments qui n'avaient pas été inventés pour l'Afrique. Si vous utilisez des formes occidentales pour retranscrire une langue africaine, on aura l'impression que ce sera quelque chose d'extérieur à la culture; si vous prenez un Bembo pour retranscrire du Wolof Soyinka [02], effectivement, on a l'impression que c'est un regard occidental sur l'œuvre. Inversement, le choix du Styrene pour la couverture du premier tome des Mémoires de Barack Obama pose d'intéressantes questions entre l'origine de l'auteur et celle de l'auteur du caractère typographique.

[01] « L'alphabet pan-nigérian », Frank Adebaye, *Graphé* n° 42, mars 2009

[02] *Kongi's Harvest*, Oxford University Press, 1967

AD – C'est délicat de parler d'un langage noir ou d'une typographie noire. Mais est-ce qu'il faudrait sortir du cadre du dispositif typographique que l'on a et inventer des nouveaux outils ?

FA – Oui, c'est en cela que la notion de culture, au sens le plus immédiat du terme, intervient. C'est une invention et une redécouverte. On redécouvre progressivement un Moyen-Âge africain.

CC – J'ai étudié le lettrage des car rapides au Sénégal, ici on le voit comme un chef d'œuvre d'art populaire, mais il y a également le fait qu'il fait signe dans la ville rapidement, on écrit dessus pour la protection car ce sont des voitures qui sont pas très fonctionnelles, faut toujours les réparer ou en remettre sur pied, donc il y a aussi cette notion d'urgence. La peinture c'est peut-être ce qui correspond le mieux pour ce genre de transports.

FA – Cela pose une vraie question de design. Un design pour le monde réel pour reprendre le terme de Victor Papanek[03]. La réalité du Sénégal, celui que j'ai visité en 2012, c'est une voirie très défectueuse, un réseau électrique souvent défaillant et pas d'eau potable. Dans ce contexte, les priorités ne sont forcément pas les mêmes. Le lettrage, la peinture en lettres, les pochoirs sont sans doute plus adaptés.

AD – Un peu comme le Hip Hop, ou on réutilise des disques, on les « scratch » pour en faire quelque chose de complètement différent.

FA – Oui, c'est ici que commence le travail culturel. On s'approprie une tradition, on la mêle à une autre.

[03] « Design for the Real World »

AD – Sur Velvetyne, vous avez créé et mis en libre-utilisation le caractère « Back-Out » défini comme « African glyphe type ». Quelles ont été vos influences et vos questionnements pour créer ce caractère ?

FA – Ce que j'ai fait sur ce caractère ce sont les capitales, les bas de casses ont été faites par quelqu'un d'autre. Je vais vous le montrer tel qu'il a été fait au départ, si vous voulez tracer ce qui a été fait par un afro-descendant (*fig. 01*). Au départ c'est une chanson de Bob Marley, *Back Out*. C'est un peu brut de décoffrage, on dirait qu'il l'a enregistrée dans un bar. Il n'y a pas de recherche très approfondie, je me suis intéressé à la forme gravée, notamment à quelque chose qui aurait pu être gravé dans le bois. Je l'ai fait en 2012. C'est assez brut. L'idée c'était de me réapproprier les incises, en lui donnant un côté un peu naïf, presque primitif. C'est vrai que ça peut faire un peu penser à des motifs africains. Effectivement on a l'impression que le caractère aurait été gravé au couteau, sans grand moyen technique, avec beaucoup d'angles droits.

AD – Votre caractère m'a fait penser au Neuland, créé en 1923 par Rudolf Koch, utilisé pour signifier l'Afrique dans pas mal d'affiches ou de productions culturelles (*fig. 02*). Il est assez géométrique, c'est une linéale, et il fait « exotique ». Comment vous situez-vous, en tant qu'afro-descendant, face à cette idée que l'on a de l'Afrique en typographie ?

FA – Disons que les caractères comme ça ont un côté ethnographique, c'est une approche un peu ethnographique de l'Afrique. Si vous prenez certains écrits de Lévi Strauss, notamment « Tristes tropiques » ou « Le totémisme aujourd'hui »... Il a souvent été dans des tribus les plus reculées d'Afrique ou du Brésil et on arrive à une caricature du primitif. On essaye de remonter dans

le temps, de remonter presque dans l'histoire de l'humanité... En même temps on se dit il y a ce côté proche de la nature, authentique... et d'un autre côté on se dit ce n'est ni très évolué, ni raffiné... C'est toujours un peu ambivalent ce regard-là, car on aime dire que c'est différent, mais ça peut aussi être considéré comme de la condescendance. Il peut y avoir ça, qui est ambigu dans cette esthétique. C'est comme Michel Leeb avec son accent africain. On est un peu dans le cliché. Après honnêtement, en toute sincérité dans le processus, j'ai écouté du Bob Marley, je ne me suis pas penché spécifiquement sur des motifs africains, j'ai dessiné les choses comme je les sentais. Si c'est africain, ça l'est par expressionnisme. Vous faites parler les choses que vous avez en vous, et il sort ce qui sort. C'est plus flagrant sur un autre projet que j'avais en 2008 qui s'appelle *Vielfalt* (*fig. 03*). J'avais d'ailleurs été reçu par le directeur du Musée du Quai Branly pour ce caractère, ça n'avait finalement pas abouti... Ce n'était pas des lettres, je me suis amusée à faire des reflets de formes et ça donne ça. J'en ai peut-être 600... Ce sont des choses que j'avais envie d'exprimer, j'ai fait aucune recherche pour arriver à ces formes-là. J'ai appliqué des symétries et j'ai abouti à cela. C'est en ce sens-là que je dis que cela ressort d'une démarche expressionniste. Alors quand vous voyez ça, vous pouvez vous dire c'est africain. Effectivement en faisant des recherches a posteriori, j'ai trouvé des formes authentiquement africaines approchantes.

AD – Ok, alors ça va dans le sens de l'affirmation qu'en dehors de tout contexte, il y a un « socle commun » qui peut nourrir notre création de caractère qui serait liée à nos origines ?

FA – Il y a peut être un inconscient collectif, oui. Avec le *Vielfalt*, je me suis rendu compte avec ça qu'il y avait des formes comme ça, dormantes dans mon esprit. Pour

utiliser un terme savant, il y a une forme d'idiosyncrasie dans une cette gestuelle qui n'est pas forcément mécanisable dans une fonte. Derrière la typographie, il y a aussi une démarche de mécanisation, Plantin parle « d'écrire à la presse sans plume » [04]. Et cette démarche ne convient pas forcément à toutes les cultures ni à toutes leurs expressions. Il y a un proverbe africain qui dit que « les occidentaux, ils ont la montre, mais nous on a le temps. Même le découpage du temps avec des montres, des heures, le fait d'être toujours pressé, c'est un autre rythme. Découper les sons en 26 lettres et mettre ces lettres dans des petites boîtes de métal ou dans des petites cases informatiques, c'est aussi une sorte de réduction de l'expression. J'ai appelé ce caractère super-typographique car il dépassait cette fonction typographique de juste retranscrire un son, une syllabe, quelque chose de mécanique. Là ce caractère ne retranscrit pas une langue particulière ou des mots particuliers, c'est une expression. Un peu comme les idéogrammes et les chiffres, à ceci près qu'ils ont une valeur sémantique.

AD – Ça rejoint ma prochaine question, vous avez un parcours atypique et on sait qu'il y a peu de typographes noirs, c'est quoi, s'il y en a, les entraves à être un typographe noir en France?

FA - Le problème c'est que, dans les métiers artistiques, il y a un aléa extrêmement fort dans le fait de pouvoir gagner sa vie ou pas, il y a énormément de codes culturels qu'il faut assimiler pour réussir à produire des formes qui sont acceptées par un commanditaire. C'est la tradition multiséculaire d'un pays qu'il faut réussir à s'approprier, avec une réussite économique hasardeuse. Une personne issue de l'immigration ou d'une couche populaire ne s'y aventure généralement pas. L'entrave est avant tout socio-économique.

[04] « Caractères de civilité et de civilisation », Fernand Baudin, *Communication & langages*, 1982

AD - J'ai étudié la communication graphique et typographique des structures militantes antiracistes, et je me suis demandé lesquelles étaient faites par les blancs, lesquelles par les noirs. Pour le message militant antiraciste, pensez-vous qu'il faudrait des typographes noirs en France?

FA - Oui, et globalement une diversité plus grande.

AD - Le logo de SOS Racisme, par exemple montre un graphisme plutôt doux.

FA - Oui il faut sans doute se reporter au contexte de l'époque, à des chansons comme « Tu touches pas à mon pote » de Bashung.

AD - Il faudrait s'assimiler, s'intégrer pour réussir à renverser le racisme?

FA - La France est éprise d'universel. La France républicaine tout du moins. C'est une France qui s'est écrit avec des concepts, des conventions, des principes. C'est abstrait. Mais c'est précisément parce que c'est abstrait que chacun peut se l'approprier. Reste la question de l'acceptabilité et de l'incarnation esthétique mais c'est précisément le travail de la Culture, des Beaux-Arts.

AD - Dans le débat du racisme et l'antiracisme, les mots sont une entrave: on joue beaucoup sur les mots, on ne sait pas si on doit bannir le mot « race ». On a aussi l'idée qu'il faut créer ses propres outils de discours, se redéfinir par ses propres mots, ou alors sortir du débat tel que l'on le connaît. Est-ce que vous pensez que ça peut aussi être un enjeu typographique ?

FA - L'enjeu de la diversité. D'un point de vue typographique, il y a une règle par exemple dans le caractère

typographique: il faut que le caractère fonctionne avec tous les mots. Moi je pense que l'on pourrait avoir une subjectivité par rapport à ça et décider que la typographie de titrage fonctionne mieux avec certains mots que d'autres, et que quelque part elle soit un peu orientée. Pour en finir avec cette pseudo objectivité pour la typographie, de temps en temps elle pourrait être aimantée vers certains mots, parce qu'il y a certains mots que l'on veut plus mettre en avant que d'autres. Il faudrait bannir aussi la fiction historique. Il y a à mon sens un peu trop de revivals d'anciens caractères typographiques qui nous font vivre une fiction du passé alors qu'en réalité il faudrait inventer de nouveaux caractères typographiques qui correspondent mieux au monde d'aujourd'hui. Il y a quelque chose par rapport à ça. C'est le sens d'un caractère que je peux vous montrer, qui s'appelle le Forward (*fig. 04*). L'idée c'est d'aller de l'avant, il y a une certaine subjectivité dans les lettres, certaines lettres fonctionnent mieux que d'autres, ce n'est pas un système fermé. Il y a l'idée d'avoir quelque chose qui soit à la fois informatisé, et qu'il y ait du funk. Faire revivre à l'époque des ordinateurs des années 2010, une musique des années 70-80. L'idée de la subjectivité peine encore à émerger en typographie. C'est comme les accents. Quand on parle une langue, il y a des gens qui la parlent avec un accent, d'autres soit-disant sans accent. C'est un construit. Il faudrait utiliser la science et les progrès dans un sens vraiment universel. Qui puisse aussi être utilisé par des personnes vraiment différentes. Ouvrir le jeu, que ce ne soit pas toujours les mêmes qui soient représentés. Les gens ne doivent pas être esclaves de leur condition, avec les bons codes, des codes appris et surmontés, ils peuvent se construire, être les propres acteurs de leur identité.

CONCLUSION

J'ai abordé cette étude avec l'ambition de poser un regard de typographe sur les signes de l'antiracisme. J'ai compris au cours de mes recherches que le problème excède largement le champ typographique et touche à différentes strates, qui sont culturelles, sémiotiques, sociales, économiques, politiques, etc. Je n'ai bien sûr pas pu aborder dans ce format l'ensemble des enjeux de l'antiracisme.

Il ne s'agit pas ici de vaincre le racisme grâce à la typographie, ni de révolutionner l'antiracisme. Il faut plutôt considérer ce mémoire comme une approche modeste et personnelle du problème, avec une attention particulière posée sur les signifiants et les signifiés des images et des signes que l'on utilise pour lutter, et leur influence. J'ai ainsi décidé de creuser les points que je trouve pertinents au vu de mon expérience en France et des milieux dans lesquels j'évolue.

J'ai fait face à des difficultés qui, il me semble, sont révélatrices de la complexité du combat contre le racisme. Me définissant moi-même comme antiraciste assez naturellement, j'ai compris que ce mot comportait pourtant autant de sens que de personnes s'identifiant à lui. J'ai eu parfois du mal à éviter les écarts faciles des faits établis qui mènent aux préjugés, et je suis moi-même tombée dans le piège du raccourci. De plus, écrire ce mémoire a été une source de pression particulière pour moi : outre la difficulté venant de l'écriture, j'ai également conscience que c'est un sujet qui n'est pas beaucoup abordé dans notre milieu, et qui fait encore moins l'objet d'études à l'École Estienne. J'ai eu quelques fois la sensation qu'il fallait être absolument irréprochable dans l'écriture et la forme, comme pour ne pas porter préjudice à un sujet qui est déjà malmené par les idées reçues. C'est bien sûr un objectif démesuré, mais qui reflète aussi un aspect de la lutte antiraciste : on s'investit souvent de la mission impossible de prouver à tout instant et à n'importe qui que les préjugés racistes sont

faux, dans une responsabilité de donneur-se d'exemple qui n'est ni juste, ni réelle. Dans le combat contre le racisme, il s'agit ainsi souvent de poser la question différemment. J'ai eu des débats de sourds à cause de l'interprétation personnelle ou assimilée que chacun se fait d'un mot, et je ne pense pas avoir fini de réajuster ma position personnelle face à ce problème (je pense qu'il ne faudrait jamais cesser de le faire d'ailleurs).

Ce sont des difficultés qu'il ne faut pas voir comme des montagnes à gravir à mes yeux, mais plutôt comme des points de réflexion créative.

En effet, mes dialogues laborieux m'ont permis de prêter une attention particulière au pouvoir des mots : à quelles images ils renvoient, comment ils changent de sens selon qui les utilise, dans quel contexte ils convainquent et dans quel contexte ils desservent. Lorsqu'ils sont écrits, la forme et le signifié prennent plus de place. En effet, le propre du racisme est de s'arrêter souvent aux apparences, c'est quelque chose qu'il s'agit donc d'utiliser.

Ce sont des outils qui sont à la disposition de la réflexion d'un graphiste et d'un typographe et qui peuvent servir, à une certaine échelle, à déconstruire certains aspects du racisme. Il y a des écueils à éviter, qui sont aussi des contraintes intéressantes : on ne peut pas parler à tout le monde d'antiracisme, car il n'y a aucun consensus sur ce qu'est le racisme. Il faut adapter sa communication à son contexte, et la réception du message par le public est un point crucial du travail. Je pense pour ma part qu'il faut se résoudre en tant que graphiste à produire de grands changements en travaillant à petite échelle : contraindre la création de formes et la qualité de représentations à des contextes choisis et particulier, et régis par des codes sociaux établis et assimilés. Dans ce cadre là, l'intérêt du déplacement, du jeu et de la transformation des codes dévoileront l'utilité du typographe dans cette lutte.

Je crois au pouvoir de la représentation. D'abord, parce que nous vivons dans un monde et une époque où le livre est souvent jugé par sa couverture, car l'image domine. Aussi, parce que je me suis dirigée vers l'apprentissage de la typographie et que je crois que l'écriture et ses formes ont une valeur sociale et éducative importante. Et enfin parce que voir des représentations fortes, et des figures auxquelles je m'identifie, qu'elles soient fictives ou réelles, m'inspire et me guide.

La lutte est importante, mais parfois l'image de la lutte l'emporte sur la lutte : tout comme la forme d'un discours peut séduire plus que les termes employés en eux-même, parfois l'image négative de celui qui lutte peut produire un effet répulsif. C'est d'ailleurs tout l'intérêt de la propagande quand il faut redorer l'image d'un dictateur, et dans une moindre mesure de la publicité quand il faut faire acheter un produit qui ne répond pas forcément à un besoin. Il ne s'agit pas d'admettre que la propagande est morale ou d'inciter les opprimés à calmer leur discours pour le rendre plus doux aux oreilles de qui voudra bien l'entendre, mais de questionner cette tension entre la lutte et le rapport que nous entretenons avec son image et l'image qu'elle donne de nous. Travailler la représentation des Noir-es ne passe pas forcément par la représentation des Noir-es, ou par l'affirmation de d'origines en tapant du poing sur la table (même si je ne remets pas en cause ces démarches). Il s'agit parfois seulement de donner envie d'être Noir-e, de surprendre, d'interpeller, de séduire. Je ne pense pas que le racisme fasse appel à l'intelligence ou la raison, mais plus au ressenti, à une histoire construite, des habitudes, et des formes de pouvoir. Ce sont des champs que j'aimerais explorer et interroger au travers de mon projet de diplôme.

N BANDE
ORGANISÉE
PERSONNE
PEUT NOUS
VERBALISER

laisse moi
kiffer la
vibe avec
mes droits

-tu prends ta
dictature
et tu
hors de ma
vue!~

J'FAIS
REPÉRAGE
DE FLICS SUR
LES RÉSEAUX
POULOLOU

légal
illégal

mise
la tête
ça ne
vous f
pas pe

VITRES
TEINTÉES
VISAGES,
FLOUTÉS
BENDO
NA BENDO



BIBLIOGRAPHIE

LECTURES

- ABBOU, Julie; «(Typo)graphies anarchistes. Où le genre révèle l'espace politique de la langue» *Mots. Les langages du politique*, n°113, 2017, pp.53-72
- BERTHELIER, Anthony; «Lilian Thuram accusé de «racisme» après cette interview en Italie», in: *Huff Post*, 5 Septembre 2019
- BICHLER, Camille; «Pourquoi “Tintin au Congo” fait-il encore polémique aujourd’hui ?», in: *France Culture*, 23 janvier 2019
- BRINGHURST, Robert; *La forme solide du langage*; Paris, Ypsilon Éditeur, 2011
- CAUSIT, Charlotte; «Je n'aime pas que l'on me dise “black” : pourquoi, en France, le mot “noir” reste tabou», in: *Franceinfo*, 12 juin 2020
- CÉSAIRE, Aimé; *Discours sur le colonialisme*; Paris, Présence Africaine, 2004
- CHAHUNEAU, Louis; «Le comité Adama bouscule l'antiracisme français», in: *Slate.fr*, 18 juin 2020
- CLARK, Ashley; «Kendrick Lamar's To Pimp a Butterfly album cover: an incendiary classic», in: *The guardian*, 11 mars 2015
- COLES, Stephen; «This Just In: Emory Douglas & The Black Panther», in: *Letterform Archive*, 6 octobre 2017
- DEBONO, Emmanuel; «Avis de tempête sur l'universalisme», *lemonde.fr*, 18 juin 2020
- DEBONO, Emmanuel; «Au cœur de l'antiracisme» *lemonde.fr*, 06 juillet 2020
- DEVRIENDT, Émilie; MONTE, Michèle; SANDRÉ, Marion; «Analyse du discours et catégories «raciales»: problèmes, enjeux, perspectives» in: *Mots. Les langages du politique*, n°116, 2018, pp.9-37
- DUBREUIL, Théo; «“Fils d'immigrés, noir et pédé” : le message de Kiddy Smile à l'Élysée n'a pas plu à la droite» in: *Les Inrouptibles*, 25 juin 2018
- FASSIN, Éric; «Racisme d'État: politiques de l'antiracisme» in: *lesutopiques.org*, 15 janvier 2019
- FRÆNKEL, Béatrice; «Les écritures exposées» in: *Écritures*, Persée, n°31, 1994, pp.99-110
- GABAS; «Collectif Rosa Parks» in: *Médiapart*, 27 novembre 2018
- GASTAUT; Yvan; «Généralisations antiracistes en France (1960-1990)» in: *Cahiers de la Méditerranée*, n°61, 1993, pp.289-303
- GRAPHÉINE; «Les stéréotypographies : les typos typées, voire racistes», 02 février 2020
- HARRIS, Sylvia; «Searching for a Black Aesthetic in American Graphic Design», in: *The Education of a Graphic Designer*, 1998

- HOCQUENGHEM Guy, « Touche pas à mon pote ! », in: *Chimères*, n° 69, 2009, pp.93-94
- HORIA, Kebabza; «L'universel lave-t-il plus blanc ? : “Race”, racisme et système de privilèges» in: *Les cahiers du CEDREF*, 2006, pp.145-172
- MILLER, Cheryl D; «The Black Experience in Graphic Design : 1968 and 2020» in: *Letterform archives*, 08 juillet 2020
- NDIAYE, Pap; *La condition noire: essai sur une minorité française*, Paris, Gallimard, 2009
- PECQUEUX, Anthony; *Voix du rap. Essai de sociologie de l'action musicale*, Paris, L'Harmattan, 2007,
- PLENEL, Edwy; «Derrière l'idéologie du “racisme anti-Blancs”, la persistance française de la question coloniale» in: *Mediapart*, 24 septembre 2019
- «Les métamorphoses de la question raciale» in: *Mediapart*, 25 décembre 2019
- PONCHELET, David; «Astérix, Obélix et... les personnages noirs» in: *Franceinfo*, 24 octobre 2013
- SOUCHIER Emmanuël, «Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale», in: *Communications et langages*, n°154, 2007, pp.23-38

- TAGUIEFF, PIERRE-ANDRÉ; *La Force du préjugé. Essai sur le racisme et ses doubles*; Paris, Gallimard, 1990

MULTIMÉDIA

- ADLY GUIRGIS, Stephen; LUHRMANN, Baz; *The Get Down*, États-Unis, 2016, 54 min
- BAUDOIN, Élise; *Pop féminisme : des militantes aux icônes pop*, France, Arte, 2020, 53 min
- BROWNING, Logan; SIEMEN, Justin; *Dear white people*, États-Unis, 2017, 30 min
- GARDETTE, Hervé; *La guerre des mots, un combat très politique*, France Culture, 2020, 29 min
- KABANGO, Shad; *Hip-Hop Evolution*, Canada, 2016, 44 min
- RAE, Issa; WILMORE, Larry; *Insecure*, États-Unis, 2016, 30 min
- YARD; Casey : «Le racisme c'est comme la mode, il y a des tendances» *Hier encore (2017/2020)*, France, 2020, 19 min
- ZADI, Jean-Pascal; *Tout simplement Noir*, France, 2020, 1h30

MERCI

à mes professeurs Franck, Margaret, Serge, Mathieu, Julien, Jean-Philippe pour leur aide et leur suivi durant l'écriture chaotique de ce mémoire.

à mes professeurs Raphaël et Erell, dont les corrections furent perdues avec ma valise par la compagnie *Royal Air Maroc* en décembre et qui furent assez patients pour me relire.

aux membres du jury, Mathieu Buard, Emmanuël Souchier, Lucile Trunel

à Florian Ribar, Catherine Ballosterio, l'équipe de SOS Racisme et du Mrap.

à mes amis Adela Noual et Melek Rhibi pour toutes ces discussions qui ont nourri ma réflexion.

à Alyssa Cherif, Suzon Deseine et Antoine Wæs pour leur soutien.

au Chef, Zorha, Fatou et le reste de l'équipe de la cantine pour m'avoir inconditionnellement donné du *rab* et prévenue à l'avance quand il y avait des frites au menu pendant cinq ans.

à ma famille, papa, maman, Ismaël, Hoël et N'Deye qui me soutiennent de loin.

à mes compagnon de table et de franche rigolade Léon et Ismahane.

à mes camarades et amies Andréa, Clara, Chloé, Elsa, Eugénie, Jeanne, Lucille, Morgane, Solenn, qui ont su rendre cette année difficile plus douce.

CONCEPTION GRAPHIQUE

Clara Carpentier

Sous la direction de Margaret Gray

CARACTÈRES TYPOGRAPHIQUES

Joly - Léon Hugues, BlazeType

Baskerville - ANRT

PAPIER

Couverture: Antalis Carte grise

Intérieur: Fedrigoni Splendorgel Avorio

IMPRESSION

12 exemplaires

Imprimession: Polygraph Impression

Chaville

Mars 2021

COPYRIGHT

École Supérieure Estienne

des Arts et Industries Graphiques,

18, boulevard Auguste Blanqui,

75013 Paris

