

## Zoé CARLE, *Poétique du slogan révolutionnaire*

Paris, Presses de la Sorbonne Nouvelle, 2019, 319 pages

« [É]crire par slogans » réclamait Gilles Deleuze (*Rhizome*, Paris, Éd. de Minuit, 1976, p. 74). Cette proposition est à la source de la réflexion de Zoé Carle dont l'ouvrage *Poétique du slogan révolutionnaire* (2019), paru aux Presses de la Sorbonne Nouvelle, est issu d'une recherche incarnée menée entre 2011 et 2016 dans le cadre d'un travail de thèse. Recherche incarnée en effet dans la mesure où l'autrice reconnaît volontiers avoir participé, notamment place Tahrir, aux « proférations » de slogans anti-Moubarak lors des scènes révolutionnaires qui émaillèrent en Égypte le printemps arabe et menèrent à la chute du régime.

Le journal de terrain qu'elle a tenu au Caire entre 2011 et 2013 ainsi que les matériaux collectés sur place constituent la matière première de son étude qui se décompose en trois parties d'une centaine de pages chacune. La première partie s'intitule « Scènes » et examine les vies matérielles des slogans dans le temps extraordinaire de la révolution. La deuxième élabore une « Poétique » visant à proposer une définition du slogan. La troisième partie, particulièrement remarquable, considère les « Vies et morts des slogans » révolutionnaires à travers des phénomènes de ratage ou au contraire de patrimonialisation, parfois problématiques (à l'image du succès de librairie du livre de Julien Besançon, *Les murs ont la parole. Journal mural. Mai 68*, Paris, Claude Tchou, 1968) dès lors que les slogans paraissent faire l'objet d'un processus de « *commoditization*, c'est-à-dire la transformation en un bien marchand de formes éphémères, dénaturées par ce changement de contexte » (p. 247).

Étant donné le caractère extrêmement volatile des matériaux considérés, une base de données accessible sur le site web [www.slogansrevolutionnaires.org](http://www.slogansrevolutionnaires.org) complète le texte qui ne manque pas de pointer la massification de l'archivage numérique des slogans passants de plus en plus souvent des murs des villes aux murs des réseaux sociaux.

Une définition temporaire du slogan révolutionnaire peut-être celle d'une « [f]orme brève injonctive, à la fois résomptive et incitative » (p. 14). L'intérêt pour cet objet tient à ce qu'il représente « le versant créatif et rassembleur d'une geste révolutionnaire chaotique » (p. 15). Très justement, Z. Carle préfère l'adjectif *révolutionnaire* à *contestataire*, épithète dont la circulation médiatique – les « mouvements contestataires » – pourrait par ailleurs être suspectée de traduire un désir de réduire l'ampleur de la « contestation ».

Dans un premier temps, on ne peut s'empêcher d'avoir un léger doute (assez vite dissipé) devant les exemples avancés : ainsi une formule telle que « À bas, à bas le régime militaire », scandée par les manifestants égyptiens, est-elle véritablement un slogan ? Oui, pourvu qu'on l'imagine, non sur la page écrite, mais en acte, dans la scène de profération révolutionnaire. Il faut ainsi distinguer nettement entre slogans écrits et slogans proférés. Le processus de « sloganisation » passe en effet par un « polissage rythmique » (p. 143) ; il est possible de rendre compte de ce rythme au moyen de croches et de doubles croches. D'abord « dispositif émotif » (p. 23), le slogan est mobilisé par des « performeurs » (p. 33) au sein d'une « scène » tandis qu'« un grand nombre de membres du public les enregistrent à l'aide de tablettes ou de téléphones portables, signe du haut degré de spectacularisation de ces performances » (p. 47).

Le slogan se déploie dans un jeu de variation autour d'un noyau central (par exemple « Dégage », pour le président Hosni Moubarak) dérivé en hyper-slogans (« Dégage j'ai

mal à la main » ou « Dégage, on n'a plus de papier »). Un autre exemple remarquable est donné plus loin à travers la « biographie d'un slogan des Indiens métropolitains » : « *Sarà una risata che vi seppelirà* » (littéralement : « Ce sera un rire qui vous enterrera », qui adapte une citation de Mikhaïl Bakounine), par la suite détourné (dégradé ?) dans de multiples réécritures telles que « *Sarà un risotto che vi seppelirà* » ou « *Sarà una selfie che vi seppelirà* » (p. 259). *A contrario*, « À bas le gouvernement gaulliste anti-populaire de chômage et de misère » est un exemple de slogan raté parce que trop long, trop écrit et surtout peu adapté à la profération collective.

Les caractéristiques du slogan révolutionnaire peuvent se résumer comme suit : il s'agit d'une « formule rythmique brève, autonome, polémique, le plus souvent anonyme car collective, frappante et facile à mémoriser, poussant à l'action, d'origine orale mais se déployant sur des supports écrits » (p. 155). Le slogan révolutionnaire est de plus « prospectif » (p. 155) dans la mesure où il « exprime ce qui n'est pas, mais *devrait* être » (p. 147).

Pour Z. Carle, le slogan révolutionnaire est le produit d'« un acte de langage collectif » (p. 22) qui peut aller jusqu'à réaliser une forme de « collectivisation du discours » : « Le slogan est avant tout un discours collectif, dont la valeur se mesure à sa capacité à devenir langue commune. Ainsi, un slogan raté est un slogan qui n'est pas repris. Dans ces conditions, la création de slogans devient le moyen de s'inscrire individuellement dans cette langue commune, où le rythme et l'anonymat constitutif des formules sont les deux conditions de possibilité d'une collectivisation du discours » (pp. 148-149). Le mot « collectivisation » paraît héritée de la rhétorique marxiste et s'opposer dialectiquement à la « propriété », intellectuelle ici. Z. Carle estime en effet que « la question de l'auctorialité est rendue caduque par la vie effective des formules » (p. 262).

Si « la question de l'origine des slogans est toujours indémêlable » (p. 64), faut-il pour autant y renoncer ? Certains éléments semblent plutôt contredire la caractérisation exclusivement « collective » du slogan révolutionnaire, par exemple : « On observe une plus grande utilisation du pronom personnel de première personne du singulier dans les banderoles, sans que l'on puisse parler pour autant d'expression individuelle » (p. 133). Cette raison n'est malheureusement pas explicitée.

Une expression plus satisfaisante de l'articulation entre le collectif et l'individuel est lorsque, soulignant le lien profond entre la technique et la pratique, Z. Carle note que le développement de la bombe spray au début des années 1960 permet l'apparition de « sujets collectifs qui écrivent », expression qu'elle emprunte au titre d'un article de la revue bolognaise *underground A/traverso* (Collectif *A/traverso*, « *Soggetto collettivo che scrive* », avril 1975). L'idée d'un « énonciateur collectif » rejoint la notion de « peuple » ; la scène de profération collective du slogan fait advenir ce dernier (p. 22). Un des objectifs principaux des slogans révolutionnaires est en effet de « faire peuple » (p. 192) : « Cette construction passe par un *ethos* intradiscursif : les slogans disent qu'ils sont le peuple et ils le montrent, par la mobilisation d'un ensemble de signes discrets qui viennent soutenir le contenu du message. C'est le choix du dialecte en égyptien par exemple ou le choix de structures rythmiques populaires, ou plus généralement une stylisation pauvre, le caractère rudimentaire des énoncés, la réalisation plastique des inscriptions » (p. 197).

On pourrait toutefois regretter que ce constat n'appelle aucune remarque sur la délicate actualité populiste du schème « peuple », d'autant plus que, même place Tahrir, le peuple se trouve « significativement défini axiologiquement par une double frontière : une frontière inclusive qui élabore le *nous* et une frontière exclusive qui en désigne ses frontières » (p. 203). Plus tôt, Z. Carle observait : « Le *nous* est omniprésent dans les

slogans fascistes – comme dans les slogans en général » (p. 106), signe qu'il ne faut pas faire preuve d'angélisme dans l'approche de cet objet.

Une autre caractéristique du slogan, plus flottante et peut-être plus sujette à débat, serait de reposer sur une stratégie énonciative que nous pourrions qualifier de contre-discursive, non tant en ce que le slogan révolutionnaire est un contre-discours, ce qui est évident, mais plutôt en tant qu'il se constituerait contre tout discours. Z. Carle écrit que le slogan « vient opposer au *logos* rhétoricien des dirigeants politiques la voix venue d'en bas d'un peuple parlant en son nom propre » (p. 20). La remarque a son importance car elle paraît commander la démarche scientifique et semble être la raison pour laquelle la chercheuse entend proposer « non pas une rhétorique mais une poétique du slogan révolutionnaire » (p. 24). Du point de vue méthodologique, le désir d'envisager le slogan par une « poétique » trouverait sa justification dans le fait que la rhétorique serait impuissante à rendre compte de cet objet au regard de sa nature contre-discursive : « Formes brèves, ils [les slogans] sont également médias et dispositifs polyphoniques : médias lorsqu'ils sont ce par quoi advient la subjectivation collective, ils sont aussi dispositifs de sensibilisation permettant l'inscription des individus dans des causes collectives à géométrie variable. Il s'agit là de deux facettes d'un même aspect, souvent laissé de côté dans les études rhétoriques ou sémiotiques du slogan, plus attachées au discours et à la forme qu'il prend qu'au dispositif qu'il constitue » (p. 28).

Les « études rhétoriques ou sémiotiques du slogan » ne sont pas explicitement désignées à l'exception du livre du philosophe et rhétoricien Olivier Reboul, *Le Slogan* (Paris, Presses universitaires de France, 1975). Ce parti pris poéticien nous paraît appeler certaines réserves.

Dans son introduction, Z. Carle écrivait que les slogans révolutionnaires semblent « renouer » (p. 21) avec l'origine militaire du mot « slogan » emprunté à l'anglais qui l'emprunte lui-même au gaélique *sluagh-gairm*, qui signifie « cri de guerre ». Au détour d'un très intéressant excursus sur les cris de la foule parisienne dans *La Commune* de Louise Michel, Z. Carle observe que les formules les plus fréquemment documentées sont des acclamations du type « Vive... » et « À bas... » (p. 105). Ici comme au Caire, tout se passe comme si la foule était un seul et unique « cri » et, pour Z. Carle, ce serait « l'unanimité de ce cri, s'opposant aux "discours", qui importe » (p. 86). Plus loin, on lit que le slogan révolutionnaire renvoie à « une violence de l'expression qui s'oppose au langage articulé » (p. 187), par où cette forme « renoue avec une violence du langage contre laquelle s'est élaborée toute la rhétorique classique, visant à réduire l'éristique pour faire triompher la raison » (p. 187). On se souvient qu'Aristote renvoyait le peuple dans le champ des *infans* en considérant qu'il avait la *phoné* et pas le *logos*. Z. Carle ne peut certes pas être suspectée de l'imiter. Pourtant, ce danger ne nous semble pas suffisamment écarté par un raisonnement qui, à trop vouloir que le slogan échappe au(x) discours (quand bien même la chercheuse entend pratiquer « l'observation des slogans comme discours social. », p. 25), prétend délaisser au profit d'une « poétique » l'analyse des moyens rhétoriques, moyens que le discours du slogan (Z. Carle n'emploie jamais ce syntagme, comme s'il s'agissait d'un oxymore) paraît hélas partager, à certains égards, avec le discours du pouvoir qu'il combat. Or, si le slogan n'échappe pas au discours, il n'échappe pas non plus à la saisie rhétorique, même chez Z. Carle qui reconnaît dans sa conclusion : « J'ai cherché à considérer les stratégies rhétoriques » (p. 297).

Pour conclure, et c'est peut-être un revers de la participation observante, l'analyse de Z. Carle semble par moments embarrassée par un reliquat de romantisme révolutionnaire qui fait écran et l'empêche de tirer les conséquences de ce qu'elle

observe par ailleurs. L'embarras tient peut-être moins au point de vue poéticien qu'à la difficulté de décrire les slogans révolutionnaires après les avoir qualifiés d'« art martial » (p. 233) alors que ces slogans visent précisément dans le même temps à dénoncer un régime militaire. *Poétique du slogan révolutionnaire* constitue cependant un jalon important dans l'étude d'un objet que sa documentation numérique massive semble pour la première fois autoriser.

**Alexandre Lansmans** |

*Traverses, université de Liège, B-4000*

*a.lansmans@uliege.be*