

## Le couteau entre les dents. Héritage visuel et appropriation symbolique dans une affiche électorale de la droite populiste

Gianni Haver

À l'occasion des élections fédérales suisses du 23 octobre 2011 le candidat valaisan du parti de droite xénophobe UDC (Union Démocratique du Centre<sup>1</sup>) au Conseil national Oskar Freysinger surprend les observateurs en faisant campagne avec une affiche électorale faussement vandalisée par des gribouillages qui sont en réalité pré-imprimés sur l'affiche elle-même. [fig. 1] La votation se conclut favorablement pour le candidat UDC qui est élu avec un score qualifié d'« extraordinaire<sup>2</sup> », le deuxième plus élevé de son canton alors qu'au niveau national l'UDC perd des sièges<sup>3</sup>.

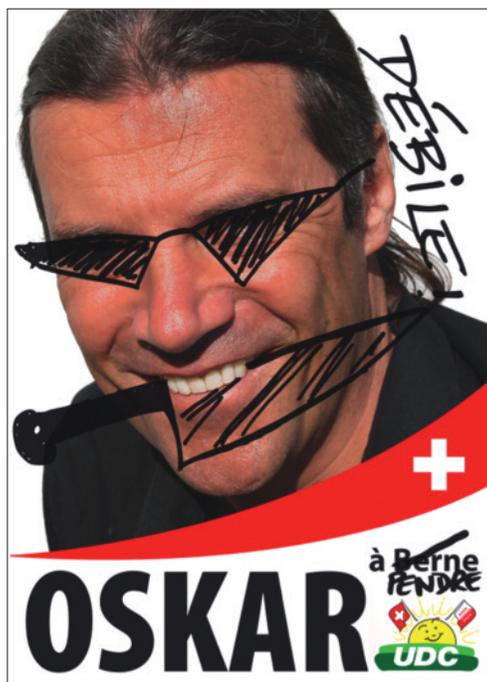
Avec une affiche que l'on peut qualifier comme originale voire sensationnaliste et une campagne qui se résout par un bon résultat électoral, on serait tenté de mettre en lien ces deux données. Pourtant, il n'est pas question ici d'établir un quelconque lien de causalité entre le résultat du vote et le visuel utilisé par le candidat lors de la campagne. Comme souvent en analyse de l'image la question des « effets » sur les récepteurs pose un nombre important de problèmes qui finissent par piéger le chercheur en le confrontant à une série de suppositions qui restent la plupart du temps invérifiables. La question des effets est d'ailleurs sagement écartée par Alexandre Dézé lorsqu'il examine les affiches utilisées par Front National en France<sup>4</sup>,

<sup>1</sup> SVP, en allemand, pour Schweizerische Volkspartei.

<sup>2</sup> Terme employé par la présentatrice du journal télévisé du 24 octobre 2011 sur la TSR, la chaîne publique suisse romande.

<sup>3</sup> Une analyse d'ensemble sur ces élections et sur la campagne qui les a précédées a été réalisée par Georg Lutz, *Élections fédérales 2011. Participation et choix électoral*, Selects - FORS, Lausanne 2012.

<sup>4</sup> Alexandre Dézé, « L'image fixe en questions. Retour sur une enquête de réception du discours graphique du Front national », in Pierre Favre *et al.*, *L'Atelier du politiste*, Paris, La Découverte, 2007, p. 313-330.



1. Affiche électorale de Oskar Freysinger pour les élections fédérales suisses du 23 octobre 2011 avec les faux gribouillages imprimés

thématique qui présente plusieurs points en commun avec la nôtre. En se référant à Nicole Ramognino, Dézé remarque que « la réception d'une affiche politique par un acteur ne préjuge en rien du comportement que cet acteur va adopter ; et même si l'on admet l'hypothèse que cet acteur puisse passer à l'action, entendue comme pratique politique, il n'est pas sûr que le sens de cette action ait pour fondement la signification de l'affiche reconstruite par l'acteur<sup>5</sup> ». D'autre part, il est difficile, voire impossible, de déterminer la part de l'affiche parmi les différents éléments motivant un comportement de vote qui vont de l'effet des autres médias, aux habitudes électorales préalablement acquises. Pour ces raisons, nous préférons éviter d'avancer des hypothèses mettant en relation le visuel et le comportement de vote des

<sup>5</sup> *Ibid.*, p. 314.

récepteurs. Une fois cette précision faite, remarquons tout de même que toute la construction visuelle et textuelle<sup>6</sup> de l'affiche électorale a comme but premier de provoquer un comportement précis chez le potentiel électeur. Ce visuel est bien évidemment mobilisé pour produire des effets, effets qui ont comme but d'assurer à l'émetteur le meilleur résultat électoral possible. Dans ce sens il est extrêmement utile d'analyser le terrain où s'organise l'acte de convaincre, ou de conforter l'opinion. Ce terrain se situe entre le point de départ – celui de la construction du message visuel censé exprimer une volonté ou un souhait d'« effet » de l'émetteur – et le point d'arrivée – la participation de ce message visuel à un comportement spécifique de l'électeur/récepteur. Sur ce terrain le message s'enrichit et se transforme, il prend parfois des sens qui ne sont pas prévus par l'émetteur, ou pour le moins que ce dernier ne maîtrise pas entièrement. Pour cette précédente raison, notre démarche ne visera pas non plus à retrouver « ce que l'émetteur veut dire » mais plutôt à questionner le sens historique et social induit par ce que l'émetteur montre, et donc les différentes lectures possibles. Ce sens s'organise à la croisée de deux axes référentiels : celui du contexte spécifique au moment de l'exposition du visuel (synchronique) et celui, composé par les images ou autres références qui lui ont précédé mais qui en influencent sa lecture (diachronique). Le sens de toute image est par conséquent influencé par les images plus anciennes et dont la connotation est déjà largement établie. Toute image intègre donc un « héritage visuel » qui rend nécessaire une analyse diachronique pour en déconstruire le sens<sup>7</sup>.

Suivant cette logique, ce qui va nous intéresser ici c'est de questionner la mise à contribution par l'affiche d'éléments activant un héritage visuel en en retraçant l'origine. Si l'héritage visuel nous intéresse c'est parce que nous considérons qu'il constitue le fondement de la

<sup>6</sup> Dans une affiche texte et image doivent être pris comme constituant un ensemble. Voir notamment D. Scott, « Figures de l'affiche. La rhétorique de l'image/texte dans l'affiche française », in *Image [&] Narrative*, 21 (2008), [http://www.imageandnarrative.be/inarchive/affiche\\_contemporaine/scott.htm](http://www.imageandnarrative.be/inarchive/affiche_contemporaine/scott.htm)

<sup>7</sup> En utilisant la notion de *Referencing*, Adele E. Clarke procède dans une direction semblable, *Situational Analysis. Grounded Theory After the Postmodern Turn*, Thousand Oaks et al., SAGE Publications, 2005, p. 219. La notion d'héritage visuel met cependant davantage en évidence l'aspect diachronique de la reprise référentielle et donc les réadaptations de sens qu'un nouveau contexte impose à celle-ci.

construction d'une image, ainsi que des lectures que l'on peut en faire. Une image « fonctionne » en activant l'expérience acquise par l'appréhension d'autres images. Si nous reconnaissons une affiche électorale et que nous la distinguons d'une affiche publicitaire, c'est que nous en avons déjà vues et que nous en avons enregistré les caractéristiques de base. Si les corbeaux, les rats ou les moutons noirs associés aux étrangers des affiches UDC créent la polémique, c'est qu'il s'agit de figures connues et déjà porteuses d'une connotation<sup>8</sup>.

Nous sommes proches du concept de *metapicture* tel qu'il est utilisé par W.J.T. Mitchell<sup>9</sup>. Cependant il s'agit de penser les éléments porteurs de sens dans une image comme individuellement connotés par une construction sociale et historique tout en gardant à l'esprit que cette connotation se trouve partiellement redéfinie par les interactions qui s'organisent au sein de l'image<sup>10</sup>. Naturellement, ces éléments symboliques sont, comme tout symbole, sujets à des évolutions et des réinvestissements de sens. De cette manière, le drapeau du II<sup>e</sup> Reich allemand (1871-1918) pose problème<sup>11</sup> lorsqu'il est découvert par des journalistes au domicile de Oskar Freysinger en 2013, alors qu'il n'avait offusqué personne lorsque ce même drapeau avait couvert les rues des villes suisses à l'occasion de la visite officielle du Kaiser Guillaume II un siècle auparavant.

Insistons aussi sur le fait que la notion d'« héritage visuel » n'implique pas un code référentiel précis ni pareillement maîtrisé d'un bout à l'autre du parcours allant de l'émetteur au récepteur. De plus, ces éléments peuvent être utilisés, ou même compris, de manière consciente ou non. Ils participent à déterminer les connotations possibles de

<sup>8</sup> Sur les affiches xénophobes en Suisse, tous partis confondus, voir Christelle Maire et Francesco Garufo, *L'Étranger à l'affiche. Altérité et identité dans l'affiche politique suisse 1918-2010*. Neuchâtel, Alphil, 2013.

<sup>9</sup> W.J.T. Mitchell traite largement de ce concept dans le deuxième chapitre de *Picture Theory*, Chicago, Univ. of Chicago Press, 1994. On peut également se référer au résumé qu'il en fait dans l'entretien avec Asbjørn Grønstad et Øyvind Vågnes, « What do pictures want? Interview with W.J.T. Mitchell », *Image & Narrative* [online magazine], 15, novembre 2006.

<sup>10</sup> Certains auteurs évoquent parfois le concept d'intertextualité, utilisé depuis 50 ans en analyse de texte, en étendant son sens à l'étude de l'image voir à ce propos, Gillian Rose, *Visual Methodologies. An Introduction to Researching with Visual Materials* (3<sup>e</sup> éd.), Los Angeles et al., SAGE Publications, 2012, p. 191.

<sup>11</sup> Marie Parvex, « Le drapeau néonazi de Oskar Freysinger », in *Le Temps*, 26 mars 2013.

l'image, soit son sens socialement partagé. Pour le dire avec Renate Brosch, « cultural articulations are produced and received in the context of extensive unconscious associations as well as deliberate acts of connecting to prior knowledge, memory and circumstance, all of which constitutes informational material with which readers and viewers invest the represented world<sup>12</sup> ». À cet égard, ce n'est pas parce qu'une référence est introduite par l'émetteur qu'elle atteindra tous les récepteurs. Inversement, ce n'est pas parce qu'une référence est involontaire de la part de l'émetteur qu'elle n'est pas présente dans l'image et qu'elle ne sera pas perçue par des récepteurs. Si la notion d'héritage visuel est importante, c'est qu'elle est au centre de ce qui permet de lire l'image et par là d'accéder à son sens social.

Sur cette base, nous allons questionner l'affiche de Oskar Freysinger. On commencera par la décrire, puis on amènera les éléments de contexte nécessaires à la situer. On s'attaquera ensuite aux éléments de l'image qui appellent une réflexion en termes d'héritage visuel. Celui-ci sera considéré dans une perspective relativement proche – notamment les précédentes affiches de l'UDC – mais sera également considéré dans une temporalité plus longue, à l'instar de la symbolique du couteau entre les dents sur laquelle nous concluons.

### L'affiche

Forme très ancienne de propagande politique, l'affiche est encore abondamment utilisée de nos jours. Pour être lisible, ce support visuel doit faire l'économie d'une construction texte/image trop complexe, car sa lecture doit être rapide et sa compréhension la plus univoque possible. L'affiche politique ne peut pas se permettre la complexité d'un programme électoral ni même celle d'un pamphlet, elle doit adopter la concision du slogan. Elle est donc particulièrement gourmande de simplifications, stéréotypes et images pré-connotées et ainsi largement redevable à l'héritage visuel.

Par ailleurs, l'affiche se prête particulièrement bien à être l'objet de commentaires et de débats dans les autres médias car contrairement

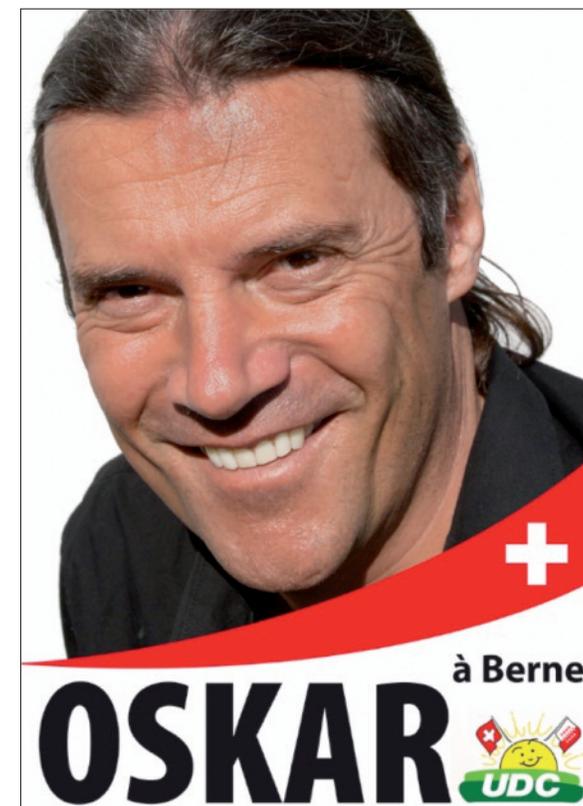
<sup>12</sup> Renate Brosch, « Migrating Images and Communal Experience », in Sarah Saeckel, Walter Goebel, Noha Hamdi (éd.), *Semiotic Encounters. Text, Image and Trans-nation*, Amsterdam, Rodopi, 2009, p. 52.

à d'autres moyens de communication elle occupe l'espace public en s'imposant indépendamment d'un choix quelconque opéré par ce dernier<sup>13</sup>. Tout en étant un élément incontournable des campagnes politiques, elle ne constitue généralement pas le principal effort financier des candidats et de leur parti. Par exemple, durant les élections fédérales suisses de 2011 seule une part comprise entre 16% et 29% des budgets de campagne était consacrée aux affiches ; l'UDC se situe dans la moyenne avec un pourcentage de 21%<sup>14</sup>. L'émetteur principal du message d'une affiche électorale est bien évidemment connu par les récepteurs : il s'agit de l'entité constituée par le candidat et son parti, même si parfois ils font recours à une agence de communication. Le but final de la communication est tout aussi clair, il s'agit d'obtenir un maximum de voix. Cette remarque peut être comprise comme extrêmement simpliste, mais il est important de relever ce fait car dans le cas qui nous occupe des mots et des dessins semblant avoir été « rajoutés » pourraient être interprétés comme dépréciatifs. Or, il est important de préciser que ce message « contradictoire » ne parasite pas l'interprétation finale du potentiel récepteur de l'affiche. En effet, une fois compris qu'il s'agit d'une affiche électorale de l'UDC et que les gribouillages ne sont pas le fait de tiers, ne peut se dégager de sa lecture que l'idée d'une auto valorisation de l'émetteur, celui-ci se confondant ici avec le sujet représenté.

Hormis les gribouillages, c'est une affiche électorale classique comportant un grand portrait photographique du candidat souriant souligné d'un trait rouge orné de la croix fédérale, élément qui compte parmi les signatures graphiques des affiches de l'UDC. [fig. 2] Sous la photo, le prénom Oskar est écrit en grosses capitales noires avec un ajout en lettres plus petites de la mention « à Berne ». En bas à droite se trouve le logo de la section valaisanne du parti. Graphiquement l'affiche reprend le canon visuel de celles de tous les autres candidats UDC avec toutefois la variante de ne comporter que le prénom du candidat. Cette omission n'est évidemment pas anodine car elle permet de jouer sur une notion de familiarité et de miser sur la notoriété médiatique de Freysinger.

<sup>13</sup> Martine Joly, « Le paradoxe de l'affiche », in *Image [&] Narrative* 21, 2008, [http://www.imageandnarrative.be/affiche\\_contemporaine/joly.htm](http://www.imageandnarrative.be/affiche_contemporaine/joly.htm)

<sup>14</sup> Georg Lutz, *Elections fédérales 2011...*, op. cit., p. 76.



2. Affiche électorale de Oskar Freysinger pour les élections fédérales suisses du 23 octobre 2011

Un millier de ces affiches ont donc été modifiées par la surimpression de faux gribouillages en noir. Ces ajouts sont d'ordres textuels et graphiques : en haut à droite de l'affiche, juste à côté de la tête du candidat, le mot « débile » est inscrit verticalement et le mot Berne est barré et remplacé par « pendre » ce qui donne « Oskar à pendre », des lunettes noires à verres triangulaires sont dessinées sur le visage et un couteau de cuisine est placé entre les dents du candidat. Les affiches ainsi modifiées ont été placardées dans la partie francophone du canton du Valais mélangées à celles qui ne l'étaient pas.

### Le parti et le candidat

L'UDC est un parti relativement jeune, sa dénomination actuelle ne remontant qu'à 1971. Il est cependant issu de la transformation de l'ancien Parti des paysans, artisans et bourgeois, une formation politique créée en 1917, à laquelle se sont joints plusieurs partis mineurs<sup>15</sup>. Sous l'impulsion de l'entrepreneur Christoph Blocher, la formation croît tout en radicalisant ses positions. Ces changements, intervenus au début des années 1990, font opérer à l'UDC un glissement qui le porte d'une position conservatrice située au centre droit vers celle caractéristique d'une droite populiste. Il se démarque dès lors par sa posture anti-européenne et anti-immigration. Sa progression a été depuis spectaculaire et ses suffrages aux élections du Conseil national sont passés de 11,9% en 1991, à 28,9% en 2007. Cela en fait le premier parti de Suisse en nombre d'électeurs. Durant cette période, il gagne également un nombre croissant de voix dans les cantons catholiques et romands où traditionnellement il n'était peu, voire pas présent. Parmi ces cantons se trouve justement celui de Oskar Freysinger, le Valais.

Oskar Freysinger est né en 1960 à Sierre dans le canton du Valais, il est d'origine autrichienne par son père. Il est parfaitement bilingue, chose qui constitue un atout certain dans un canton comprenant une importante minorité germanophone. Formé à la faculté des Lettres de l'Université de Fribourg, il enseigne l'allemand au niveau gymnasial (lycée) dès 1985. Entre 1997 et 2001, il occupe la fonction de conseiller communal (initialement pour le PDC, parti démocrate-chrétien) à Savièse, commune du district de Sion, avant de devenir, en 1999, président de l'UDC Valaisanne qu'il a cofondée. Il mène parallèlement une activité d'écrivain et a à son actif des livres de poésie, de nouvelles et des romans (en français comme en allemand). Il a également produit quelques textes de chansons. Personnalité très médiatisée, Freysinger est régulièrement invité à s'exprimer sur les plateaux de la télévision nationale suisse.

<sup>15</sup> Pour un approfondissement de l'histoire et des transformations de l'UDC, Oscar Mazzoleni, *Nationalisme et populisme en Suisse. La radicalisation de la nouvelle UDC*, Lausanne, PPUR, 2003 et Damir Skenderovic, *The Radical Right in Switzerland. Continuity and Change, 1945-2000*, Oxford, Berghahn Books, 2009.

### Les campagnes d'affichage de l'UDC

Depuis la fin des années 1990, les affiches utilisées par l'UDC pour ses campagnes, et particulièrement pour les initiatives populaires lancées par ce parti, sont régulièrement au centre de controverses et de polémiques. Celles-ci sont réalisées par l'agence Goal dirigée par Alexander Segert qui est basée à Dübendorf près de Zurich et pour laquelle les commandes de l'UDC représentent 60% des commandes totales<sup>16</sup>.

En mai 1999 le parti commence la récolte de signatures pour lancer une initiative « contre les abus dans le droit d'asile ». Cette récolte est soutenue par une affiche, fournie par la centrale UDC de Zurich, qui montre un drapeau suisse duquel est en train d'émerger par une déchirure un inquiétant personnage basané et moustachu, aux allures mafieuses. [fig. 3] Jugées odieuses et racistes par des formations de la gauche, ces affiches seront l'objet de déchirage ou de détournement peu après leur pose<sup>17</sup>. Le 11 août de la même année, le Parti Ouvrier Populaire vaudois porte plainte contre l'UDC en invoquant l'article 261 bis du code pénal qui établit la propagande raciale comme un délit. Cette controverse est largement relayée par la presse qui utilise le plus souvent un ton extrêmement sévère vis-à-vis de l'affiche : « L'affiche de l'UDC qui nous replonge dans l'iconographie antibolchévique et nazie des années trente, est à vomir<sup>18</sup>. »

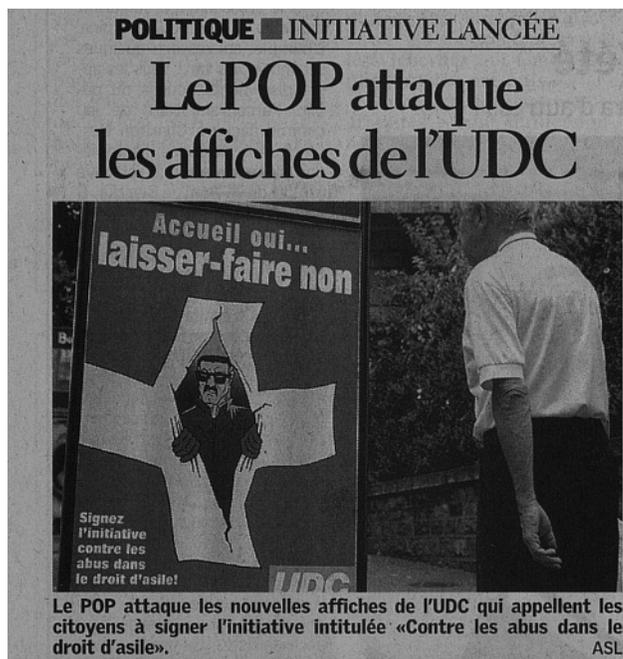
À l'intérieur même de l'UDC l'affiche imaginée à Zurich pose problème, elle est désavouée par la section des Grisons et le président de la section bernoise déclare dans la presse qu'il la trouve de mauvais goût. Les plaintes se multiplient dans tout le pays et les affiches sont de plus en plus lacérées, gribouillées ou couvertes par des croix gammées<sup>19</sup>. En octobre, les opposants à l'UDC poursuivent leur protestation en prenant pour cible les affiches électorales de ce parti pour le parlement fédéral. Bien que les affiches de l'UDC pour cette votation ne se construisent pas sur le même visuel xénophobe de la

<sup>16</sup> Catherine Cossy, « Nos affiches n'ont pas fait de tort à la Suisse », in *Le Temps*, 5 février 2011. L'agence Goal a également réalisé des publicités pour le parti populiste autrichien FPÖ.

<sup>17</sup> Laurent Caspari, « Le POP attaque les affiches de l'UDC », in *24heures*, 6 août 1999.

<sup>18</sup> Madeleine Schürch, « Coup de griffe », in *24heures*, 12 août 1999.

<sup>19</sup> P. S., notice de l'agence l'Agence Télégraphique Suisse : « L'UDC ne cède pas », in *Le Matin*, 13 août 1999.



3. Article du quotidien 24Heures du 6 août 1999 sur l'affiche de l'UDC réalisée à l'occasion de la récolte de signatures pour lancer une initiative « contre les abus dans le droit d'asile »

précédente campagne, elles sont tout de même couvertes par des croix gammées et les visages des candidats sont agrémentés de petites moustaches évocatrices<sup>20</sup>.

Par la suite, les campagnes de l'UDC feront régulièrement usage d'affiches qui seront également contestées, comme celle de 2004 créée à l'occasion du double référendum lancé par l'UDC contre deux lois fédérales destinées à faciliter la naturalisation des étrangers de deuxième génération et à la rendre automatique pour ceux de la troisième. L'affiche montrait des mains de différentes couleurs en train de se servir de passeports suisses déposés en vrac dans un cageot à

<sup>20</sup> ATS, « affiches électorales attaquées », in *24 heures*, 22 octobre 1999.

légumes. L'initiative populaire fédérale de l'UDC de 2007 « Pour le renvoi des étrangers criminels » présente quant à elle trois moutons blancs chassant un mouton noir hors du drapeau suisse. Celle pour l'initiative promulguant l'interdiction de la construction de minarets en Suisse lancée par l'UDC en 2007 montrait une multitude de minarets noirs s'élevant sur le drapeau suisse. Ou encore celle pour la votation fédérale du 8 février 2009 sur la libre circulation avec l'UE et son extension à la Roumanie et la Bulgarie, présentait trois corbeaux noirs picorant un drapeau suisse aux contours du pays.

Dès la campagne de 1999 « contre les abus dans le droit d'asile » se met en place un système visuel récurant et spécifique à l'UDC qui provoque une série de réactions et commentaires de la part des médias et de la société civile. À cet égard, retenons trois éléments caractéristiques :

1. Un visuel spécifique et facilement reconnaissable. Il est basé sur un dessin, rappelant celui des bandes-dessinées<sup>21</sup> appartenant à la tradition franco-belge de la ligne claire. La répartition des couleurs est souvent organisée autour d'une symbolique bien précise : le rouge, couleur dominante du drapeau national et par conséquent chargée de valeur identitaire, représente ce qui est en danger et qu'il faut défendre. Inversement, le noir est utilisé pour dépeindre ce qui est menaçant et dont il faut se protéger. L'articulation autour de ces deux couleurs se fait au détriment du vert, la couleur du parti, quasiment absente dans la plupart des affiches. L'adoption du rouge entraîne un glissement qui tend à présenter l'UDC comme seul défenseur des valeurs suisses et non d'un parti ou d'une idéologie particulière, une attitude bien exprimée par le slogan « les suisses votent UDC » largement utilisé durant les élections fédérales de 2011.

2. Le déclenchement de controverses autour de ces affiches est quasi systématique et elles sont régulièrement relayées par la presse qui finit fatalement par leur donner un plus large écho. Le potentiel de communication de l'affiche est ainsi amplifié car non seulement elle est mise en exergue, mais également parce qu'elle est reproduite

<sup>21</sup> La référence à la bande dessinée a déjà été utilisée avant 1999 dans d'autres affiches politiques. Voir à ce propos Jean-Charles Giroud, *Les Images d'un rêve. Deux siècles d'affiches patriotiques suisses*, Genève, Patrick Cramer Editeur, 2005 p. 140-143.

sur plusieurs médias et ainsi plus largement diffusée. Après les premières campagnes, les affiches signées UDC profitent clairement et d'emblée d'une attention importante de la part de la presse bien qu'il s'agisse d'une attention critique censée pointer du doigt certaines dérives populistes et xénophobes.

3. Les affiches UDC sont régulièrement les cibles privilégiées de déchirages, tags et détournements.

Ainsi les trois caractéristiques des campagnes d'affichage de l'UDC se retrouvent dans l'affiche de Oskar Freysinger. Premièrement, le noir, comme couleur de l'agresseur, est utilisé pour les faux gribouillages. Ensuite, l'affiche sera largement commentée et reproduite par la presse. Enfin, le vandalisme simulé, fondement même de l'affiche en question, renvoie sous forme de mise en abyme au troisième point. Il est aussi à relever que l'UDC déchaîne les passions par ses affiches surtout à l'occasion de ses initiatives populaires alors que pour les élections elle recourt à un visuel moins polémique et relativement comparable à celui d'autres partis. Dès lors, l'affiche de Oskar Freysinger peut être considérée comme une exception puisqu'elle prend une certaine liberté vis-à-vis de la stratégie visuelle du parti.

### Gribouillages, caricature et auto-ironie

Si les lunettes ne constituent pas *a priori* une image négative et au contraire elles donnent un aspect plus décontracté au politicien, les autres gribouillages peuvent paraître bien plus violents. Ils vont en effet de l'insulte (« débile ») à l'appel au meurtre (« à pendre ») en passant par une représentation du candidat comme menaçant par la présence du couteau. Cependant la violence de ce dernier dessin est, on le verra, fortement estompée par les héritages symboliques qu'il mobilise. Le terme « débile » mérite une explication circonstancielle car son usage est motivé par un épisode qui n'a précédé que de quelques jours la pose des affiches. En effet, le 23 août 2011, le président du PDC suisse Christophe Darbellay, principal concurrent de Oskar Freysinger, a traité l'UDC de « secte de débiles » lors d'un discours prononcé à Conthey pour le lancement de sa campagne<sup>22</sup>.

<sup>22</sup> La nouvelle a été reportée par la chaîne de télévision locale *Canal 9* le 31 août 2011, puis relayée par le quotidien gratuit *20minutes* du 2 septembre et finalement reprise le lendemain par le quotidien de référence *Le Temps*.

Darbellay avait initialement nié ce dérapage, puis, confronté à l'enregistrement de son discours, avait essayé de minimiser. Oskar Freysinger avait alors immédiatement réagi en postant une vidéo ironique sur *YouTube* qui se concluait par la phrase « Je préfère diriger une secte de débiles que d'être frappé de débilité sectaire ». L'insulte ne fait donc que rappeler la gaffe d'un concurrent censée être bien connue par les électeurs car largement relayée par les médias.

Comme nous l'avons évoqué, l'élément fondamental du fonctionnement de cet auto-gribouillage repose sur le fait que le récepteur prend finalement conscience que son émetteur est bien le candidat UDC comme pour l'affiche de base<sup>23</sup>. La posture de lecture induite par ces insultes change ainsi radicalement : elles ne sont plus lisibles au premier degré et sont donc forcément mises en porte-à-faux. La sérialité de leur rajout, réalisé par procédé d'imprimerie, est dissimulée dans l'affiche prise comme élément isolé car les insultes et les dessins sont conçus pour ressembler le plus possible à un vrai tag<sup>24</sup>. Cependant, la sérialité apparaît comme une évidence dès que l'on voit une seconde affiche modifiée. À ce moment-là, la confusion sur l'auteur du rajout n'est plus possible. Le récepteur ne peut alors que comprendre qu'il est face à un cas particulier, celui d'un faux détournement ; dès lors ce n'est plus le contenu de l'affiche qui est l'objet de l'ironie (comme cela aurait été le cas si les gribouillages étaient réels), mais bien l'acte de vandaliser l'affiche.

La volonté de se démarquer et la recherche d'une amplification que la presse pourrait donner à l'affiche en relevant l'originalité de la démarche font vraisemblablement partie des raisons d'être du gribouillage. À celle-ci viennent probablement s'en ajouter deux autres.

Si Oskar Freysinger recourt à ce faux gribouillage, c'est en partie parce que ses affiches comme beaucoup des affiches UDC sont régulièrement la cible des réactions des militants antiracistes et plus généralement de ses opposants. Comme il le déclare à un quotidien Lausannois : « C'est la réponse du berger à la bergère (...) les affiches de l'UDC sont systématiquement massacrées, elles ont un temps de survie très court. Là, je prends les devants<sup>25</sup>. » À ceci il ajoute :

<sup>23</sup> Lorsque l'on parle d'émetteur on évoque ici l'ensemble candidat/parti.

<sup>24</sup> L'affiche est au standard suisse F4 (format mondial), 895 x 1280 mm ; les dimensions des tags sont prévues pour être réalistes.

<sup>25</sup> Patrick Chuard, « Oskar Freysinger se traite lui-même de "débile" », in *24 heures*, 22 septembre 2011.

« Les insultes sur mes affiches sont souvent pires, avec des références à Hitler et des croix gammées<sup>26</sup>. » Dès lors, une de ses fonctions est celle de désamorcer des réactions plus violentes et immaîtrisables qui joueraient sur les liens que le candidat maintient avec des formations de l'extrême droite dure européenne. Oskar Freysinger n'en est pas à son coup d'essai en matière d'autodérision. En juin 2007, il avait proposé sur son blog le concours « Oskaricature » dans lequel il lançait le défi suivant : « Virtuose du crayon, artiste peintre du week-end ou illustre inconnu, le sieur Freysinger te met au défi : Que tu le détestes ou que tu l'aimes, fais-toi plaisir ou défoule-toi mais caricature-le<sup>27</sup> ! » Cette bienveillance affichée dans le blog atteint cependant ses limites lorsqu'elle se confronte à des caricatures irrévérentes. En effet, lorsqu'en août de la même année l'hebdomadaire *Confédéré* publie un photomontage montrant côte à côte Oskar Freysinger et Adolf Hitler avec le commentaire « Autrichiens : on a déjà donné », le politicien attaque en justice pour diffamation son rédacteur en chef Adolphe Ribordy qui sera condamné à 120 heures de travail d'intérêt général avec deux ans de sursis. En novembre 2010, le journal satirique *Vigousse* publie un dessin de Pitch montrant Freysinger dans une tenue rappelant celle d'un officier nazi qui indique à un groupe d'enfants un bâtiment d'où sort une épaisse fumée et s'exclame « tous à la douche<sup>28</sup> ! ». [fig. 4] Suite à cela, le politicien dépose une nouvelle plainte pénale mais qui cette fois n'aboutit pas. La détermination de Freysinger à éviter sa caricature en nazi est telle qu'en mars 2013, Alex, le dessinateur du quotidien *La Liberté*, préférera passer par le personnage fictionnel de Hynkel, double caricatural d'Hitler dans le film *Le Dictateur* de Charlie Chaplin, pour le représenter<sup>29</sup>. [fig. 5]

En gribouillant sa propre affiche, Oskar Freysinger maîtrise donc le contenu du détournement et empêche que celui-ci le représente comme lié au nazisme ou à son chef, ce qui nuit à son image. Néanmoins, ce détournement contrôlé s'attaque aussi d'une certaine

<sup>26</sup> *Ibid.*

<sup>27</sup> <http://www.udc-valais.ch/?p=89>, consulté le 7 janvier 2014.

<sup>28</sup> Le dessin fait référence au *Catalogue des revendications pour l'école primaire* que l'assemblée de l'UDC venait d'adopter en congrès à Liestal (BL) et qui prône une école excluant les élèves moins doués et les handicapés qui devaient être placés dans des écoles spéciales.

<sup>29</sup> Alex, « Le PLR brandit Léonard Bender pour contrer Oskar Freysinger », dans *La Liberté*, 5 mars 2013.



4. Dessin de Pitch publié en novembre 2010 par le journal satirique *Vigousse*

manière au standard visuel décidé par son propre parti. Non pas forcément par le fait qu'il le dégrade – ceci n'est vrai que dans le cas d'une lecture au premier degré – mais simplement parce qu'il le modifie. Cette modification devient d'autant plus intéressante si l'on considère que le visuel de l'UDC, redondant et au centre de critiques depuis plus d'une décennie, commence à lasser et à perdre de son impact. Parallèlement à sa campagne pour des élections fédérales, l'UDC recueille des signatures pour son initiative « contre l'immigration de masse » et l'affiche utilisée (montrant des pieds noirs qui piétinent un drapeau suisse, accompagné du slogan « stopper l'immigration massive ») est comme d'habitude au centre de polémiques. La différence est que cette fois, un nombre croissant d'observateurs et de journa-



5. Dessins de Alex, « Le PLR brandit Léonard Bender pour contrer Oskar Freysinger » publié dans le quotidien *La Liberté* du 5 mars 2013

listes, évoquent une certaine lassitude face à une recette xénophobe trop exploitée. Si les affiches dérangeantes, génératrices d'inquiétudes, de peurs comme de polémiques ont bien servi et ont accompagné le développement du parti, elles commencent désormais à être considérées comme un phénomène attendu, voire lassant en perdant ainsi une partie de leur potentiel provocateur. La direction des CFF/SBB (Chemins de fer fédéraux) reçoit par exemple des réactions négatives et des critiques de la part d'utilisateurs de la gare de Zurich où ces affiches sont massivement placardées<sup>30</sup>. Une partie de la gauche imputera à ce visuel le recul de l'UDC aux fédérales : « Malgré les moyens pharaoniques investis, l'UDC recule, et cette descente va continuer, car pour nous ce recul repose essentiellement sur la prise de conscience citoyenne de l'inefficacité totale de cette politique, et aussi la lassitude de voir l'UDC dominer les espaces publicitaires avec

<sup>30</sup> *Tages Anzeiger* du 20 septembre 2011.

des affiches aussi ignobles que mensongères<sup>31</sup>. » Plus étonnant, Oskar Freysinger s'unit à ces critiques bien qu'il le fasse de manière plus modérée. Questionné sur les résultats de la votation, il déclare à la présentatrice du journal télé francophone du 24 octobre 2011 : « Il ne suffit pas de placarder les murs de ce pays à grand renfort d'affiches qui deviennent lassantes à la fin. Toujours cette même affiche, avec ces pieds, il faut être plus intelligents, il faut être plus malins, il faut être plus rusés, il faut avoir plus d'imagination. J'espère franchement pouvoir jouer un rôle un peu plus important aussi dans la direction du parti pour varier un peu le style, parce que là c'était un peu lassant quand même. » Cette déclaration prend des nuances particulières lorsque l'on sait que Oskar Freysinger mène aussi une campagne interne à son parti dont il brigue la vice-présidence, un poste qu'il obtiendra finalement en mai 2012.

On peut imaginer que l'affiche gribouillée permet à Oskar Freysinger d'avancer sur deux positions juxtaposées, à la fois comme représentant de l'UDC, à la fois à titre personnel. Par le gribouillage, le discours se dédouble : il y a celui du parti (l'affiche telle qu'elle a été conçue à Zurich) et il y a celui du candidat (les rajouts graphiques et textuels). Les gribouillages permettent de tenir un discours d'autopromotion individuelle qui d'une certaine manière démarque Oskar Freysinger de son propre parti ou tout au moins, au sein de celui-ci. L'effet ironique des tags remplit ainsi deux rôles presque contradictoires : il permet de tourner en dérision l'aversion vis-à-vis des affiches UDC tout en permettant de s'en distancier. Ce procédé de distanciation se fait paradoxalement grâce à l'usage des moyens visuels mis en place par les précédentes campagnes de l'UDC : le noir des gribouillages est la couleur de la menace, et l'affiche a pour but de déclencher, sinon une polémique, du moins une certaine surprise. Freysinger, en vandalisant sa propre affiche « officielle », joue aussi la carte d'une contestation interne. Cette posture lui permet de se positionner comme critique vis-à-vis du désormais habituel visuel UDC et de se présenter comme quelqu'un capable d'amener un vent nouveau, de l'air frais.

<sup>31</sup> Communiqué de presse régional pour les élections fédérales 2011, Frédéric Charpié, secrétaire national de La Gauche (formation se situant à gauche du Parti socialiste suisse), 24 octobre 2011.

Cela lui vaudra également de capter son électorat par une sorte de spécificité valaisanne qui le distinguerait au sein de l'UDC.

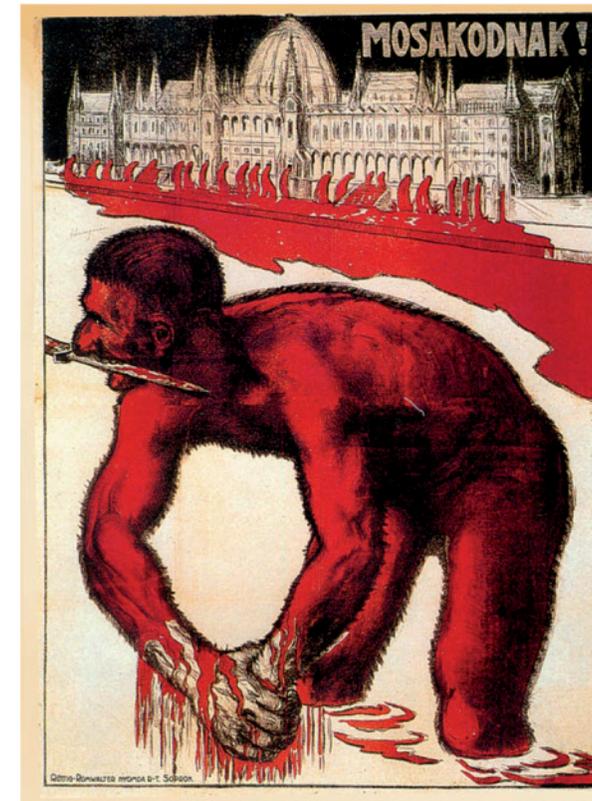
### Un couteau qui vient de loin

Jusqu'ici nous avons évoqué le contexte synchronique ou un héritage visuel relativement proche afin de mettre en perspective certains aspects de l'affiche de Oskar Freysinger. Pour comprendre le dessin du couteau, il est par contre nécessaire de remonter un peu plus loin dans le temps.

L'usage de l'image symbolique du couteau entre les dents sur le terrain politique remonte pour le moins à l'après Première Guerre mondiale lorsqu'elle est utilisée par l'iconographie antibolchévique. Deux affiches de 1919 déclenchent cette association qui sera destinée à durer longtemps. Une est hongroise et fait suite à la brève expérience de la République des Conseils (mars - août 1919) à laquelle les armées française et roumaine viennent de mettre fin. Elle est attribuée à Manno Miltiades et porte pour seule inscription « Mosakodnak ! » qui signifie « Se laver » ce qui en hongrois renvoie à l'idée de « se disculper ». [fig. 6] Elle montre individu au nez crochu<sup>32</sup>, couvert de sang et avec un couteau entre les dents, qui se lave les mains dans le Danube avec en toile de fond le parlement hongrois duquel sortent des rivières de sang. L'autre est française et est conçue pour publiciser le pamphlet *Comment voter contre le bolchévisme* que l'Union des intérêts économiques a édité à l'occasion des élections législatives qui ont eu lieu le 16 et le 30 novembre 1919. [fig. 7] Elle est réalisée par Adrien Barrère et montre une inquiétante tête de couleur rouge qui serre entre les dents un couteau dégoulinant de sang.

À partir de ce moment le couteau entre les dents devient un des poncifs de la propagande anticommuniste. En France, où cette symbolique est plus présente qu'ailleurs, on le retrouve dans la bouche de Staline à plusieurs reprises : en 1934 dans une affiche commanditée à Henri Petit par les Républicains nationaux, le 27 juillet de l'année suivante à la une du magazine satirique *Le Rire* ou encore dans l'affiche

<sup>32</sup> Plusieurs membres de la République des Conseils étaient juifs, et l'affiche en question a des connotations antisémites.



6. Affiche anticommuniste hongroise attribuée à Manno Miltiades, 1919

« danse caucasienne » éditée par le mouvement « Paix et liberté » à la fin des années 1940. Elle n'a par contre pas été utilisée dans l'Italie fasciste, puisque cette symbolique était déjà employée par l'iconographie des « Arditi ». Ces troupes d'élite de l'infanterie italienne de 1915-1918, dont les fascistes se réclamaient les héritiers, avaient comme emblème une tête de mort avec un couteau entre les dents. Cependant ce problème de collision symbolique n'est plus opérationnel dans le second après-guerre et les « Comitati Civici » peuvent sans problème recourir à l'image d'un communiste avec un couteau entre les dents et un fouet au poing dans leur affiche conçue pour la campagne électorale



7. Affiche de Adrien Barrère conçue pour publiciser le pamphlet *Comment voter contre le bolchévisme* que l'Union des intérêts économiques a édité à l'occasion des élections législatives françaises qui ont eu lieu le 16 et le 30 novembre 1919

de 1948<sup>33</sup>, ce qui montre la popularité et une certaine internationalité du motif.

Mais peut-être la particularité la plus intéressante de ce topos visuel est constituée par le fait que les communistes s'en sont vite

<sup>33</sup> Les « Comitati Civici » sont une organisation catholique anticommuniste fondée en 1948, l'affiche en question porte l'inscription « è lui che aspettate ? » qui signifie « c'est lui que vous attendez ? ».

emparés, arrivant même à le revendiquer comme faisant partie de leur identité. Une célèbre photographie prise durant une manifestation ouvrière de 1919, montre un groupe de sympathisants communistes<sup>34</sup> posant avec leurs femmes et leurs enfants avec des couteaux entre les dents et tournant ainsi en dérision l'affiche de Adrien Barrère. En 1921, Henri Barbusse, qui adhèrera peu après au parti communiste, choisi « Le couteau entre les dents » comme titre de son essai sur l'engagement des artistes, un texte sur lequel reposent beaucoup d'espoirs en la Russie révolutionnaire. Des décennies après, le poète surréaliste portugais et sympathisant communiste António José Forte exprime avec le même titre la volonté d'engagement politique qui l'anime (*Uma faca nos dentes*, 1983). En 1924, Jules Grandjouan célèbre pour ses dessins antibourgeois dans le journal satirique *L'Assiette au beurre*, réalise pour la participation du Parti communiste aux élections législatives françaises une affiche dans laquelle on voit des familles prolétariennes entourées par les spires du serpent du capitalisme qui s'adresse à une tête rappelant celle de Lénine et qui serre un couteau entre les dents : « Ah ! ton couteau pour nous délivrer ! ». Ce retournement fera même quelques apparitions dans le domaine cinématographique, notamment lorsque Charlie Chaplin s'en sert dans une scène de *Les Temps modernes* (1936). On y voit la belle Paulette Goddard se servir d'un couteau pour séparer d'un régime des bananes transportées par un bateau amarré dans le port puis mettre l'ustensile dans sa bouche pour lancer les fruits aux enfants affamés. La caméra insiste sur le visage sympathique et souriant de l'actrice qui désamorçe le côté menaçant du couteau devenu finalement un symbole de revendication et justice sociale<sup>35</sup>. [fig. 8] La réappropriation de ce visuel est non seulement encore bien vivante dans les années

<sup>34</sup> Le Parti communiste français n'existe pas encore, il sera fondé en décembre 1920 sous le nom de Section française de l'Internationale communiste. La photographie en question est notamment publiée dans l'ouvrage de Laurent Gervereau et Philippe Buton, *Le Couteau entre les dents, 70 ans d'affiches communistes et anti-communistes*, Paris, Éditions du Chêne, 1989, p. 22. Les auteurs ne donnent hélas pas plus d'indications sur le contexte et l'origine du cliché.

<sup>35</sup> Citons aussi du côté français le film de Claude Berri, *Le Vieil Homme et l'Enfant* (1967) où Michel Simon incarne un vieux sympathique mais plein de préjugés qui hébergent pendant l'Occupation un enfant juif sans être au courant de sa confession. En jouant avec l'enfant, Simon incarne un communiste, « un des quatre ennemis de la France avec les Anglais, les juifs et les Francs-Maçons », le poursuivant avec un couteau de cuisine entre les dents.

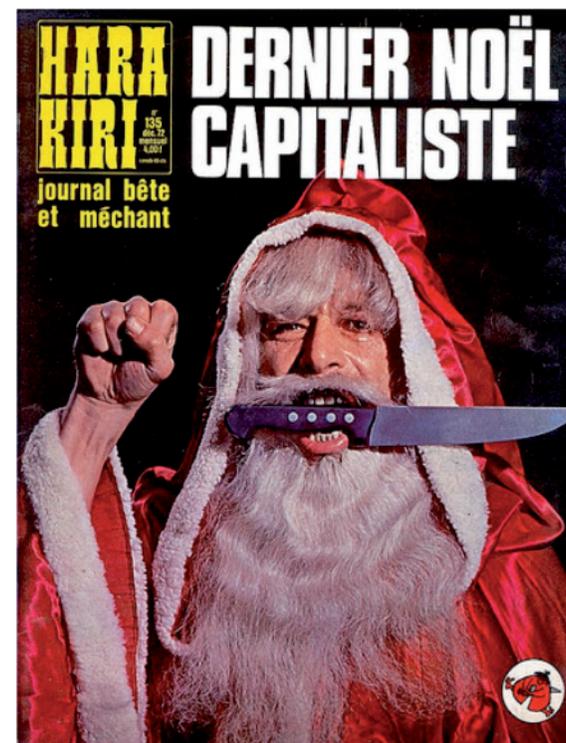


8. Paulette Goddard dans une scène de *Le temps modernes* de Charlie Chaplin (1936)

1970, mais également complètement accomplie. Pour preuve l'illustration d'un menu réalisé pour un dîner-débat organisé par la cellule Sarrette du PCF à la fin de 1971, où le couteau de l'affiche de Barrère est remplacé par une fourchette<sup>36</sup> ; une année plus tard, un père Noël poing serré et couteau entre les dents trône sur la couverture du numéro de décembre 1972 du mensuel satirique *Hara Kiri* qui titre « dernier Noël capitaliste ». [fig. 9] Ou encore l'affiche de 1978 annonçant la fête de la jeunesse communiste de Yvry, où un gentil garçonnet en jeans et blouson de cuir, les mains dans les poches, serre encore une fois un couteau dans sa bouche.

Ce n'est que plus rarement que la gauche s'est servie de ce cliché en le renvoyant tel quel vers ses inventeurs. Ce fut le cas notamment en 1934 quand les Républicains nationaux faisaient campagne avec

<sup>36</sup> L. Gervereau, Ph. Buton, *Le Couteau... op. cit.*, p. 23.



9. Couverture du numéro de décembre 1972 du mensuel satirique *Hara Kiri*

l'affiche de Staline arborant le célèbre couteau [fig. 10] et que les communistes rétorquent avec une affiche de Cabrol qui reprend le même concept en remplaçant le chef de l'URSS par Hitler. Comme nous l'avons montré, le plus souvent la gauche en a pris possession pour l'incorporer à son identité symbolique.

#### **En guise de conclusion : antagonisme ou espéranto iconographique ?**

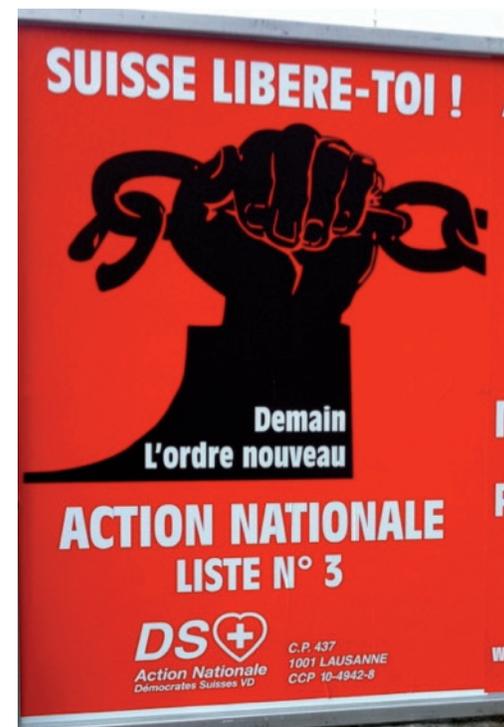
En reprenant notre récapitulation, il apparaît que le couteau entre les dents, qui se trouve ajouté sur l'affiche électorale de Freysinger par un effet de faux gribouillage, se détache comme l'élément le plus visible et le plus central. Celui-ci, au-delà de sa valeur intrinsèque, renvoie



10. Affiche commanditée en 1934 à Henri Petit par les Républicains nationaux. 1919

d'abord à la stigmatisation opérée par la droite sur les communistes, qui s'est transformée au cours des ans en stigmatisation d'un anti-communisme simpliste, voire en revendication d'un nécessaire combat promulguant un changement de société. Cette imagerie, relativement connue dans la culture francophone, a été employée durant les deux premiers tiers du XX<sup>e</sup> siècle à la fois dans un premier degré appelant à l'anticommunisme, mais plus encore dans un second degré par les opposants à l'anticommunisme. Ainsi, un premier transfert s'est déjà opéré lorsque la gauche se réapproprie cette imagerie. Ce premier réemploi a eu comme résultat de transformer la connotation renvoyant à une stigmatisation négative en une revendication positive. En d'autres termes, la réponse ou la réaction des milieux communistes réagissant à la tentative de stigmatisation de la droite se construit sur l'invalidation du symbole négatif du couteau entre les dents qui se voit réinvesti d'autres valeurs.

Le transfert dont il est question dans l'affiche évoquée ici, lui, fonctionne différemment. Le contenu symbolique dont est investi le couteau



11. Affiche de l'Action Nationale pour les élections fédérales suisses du 23 octobre 2011.

reste identique à celui qui lui a été donné par la gauche. Il ne s'agit donc plus d'un détournement mais d'une appropriation. Ce qui est mis à profit dans cette image est la symbolique d'opposition qui s'est constituée au fil des décennies. Et bien que sa symbolique soit restée opérationnelle, elle a surtout perdu son propriétaire car la gauche a renoncé depuis longtemps à son usage. Ici, le risque d'une collision symbolique ou d'une confusion sur l'appartenance politique de l'émetteur est donc en grande partie écarté.

Il est à relever aussi que l'affiche de Oskar Freysinger n'est pas le seul cas de récupération d'un symbole communiste par la droite dure. Le poing fermé, une image très marquée de l'iconographie communiste fait aussi son apparition depuis quelque temps sur les visuels de l'extrême droite. C'est notamment le cas en Suisse, où l'Action Nationale a produit pour les élections fédérales de 2011 une affiche



12. Affiche réalisée par le comité « halte aux restrictions absurdes des assortiments ».

montrant un poing fermé brisant des chaînes [fig. 11] et qui ressemble à s'y méprendre au graphisme employé largement par l'extrême gauche des années 1970. Se trouve aussi l'affiche réalisée pour la votation fédérale du 22 septembre 2013 sur l'initiative populaire concernant la libéralisation des heures d'ouverture des shops des stations-service montrant un poing fermé serrant une saucisse à rôtir. [fig. 12] Cette affiche est signée par le comité « halte aux restrictions absurdes des assortiments », dont l'UDC fait partie. Ce réemploi symbolique ne se limite pas non plus au territoire de la Confédération comme le montre l'affiche employée par le Front National français durant la campagne pour les élections régionales de 2010. [fig. 13] On y voit la photographie d'un poing fermé serrant le drapeau français accompagné par le slogan « défendons nos couleurs ».



13. Affiche du Front national pour les régionales françaises de 2010

Le potentiel de ce visuel repose sur le fait qu'il sous-tend des valeurs de revendication, antisystèmes, voire révolutionnaires. Comme ces connotations sont encore contenues dans son héritage symbolique, leur prégnance leur permet par conséquent de rester opérationnelles. Son usage par des formations politiques antagonistes est cependant plus surprenant. Celui-ci ne peut se comprendre qu'en rapport avec la disparition des grands partis communistes en Europe de l'ouest et par l'abandon de la symbolique qui les avait caractérisés par l'extrême gauche actuelle. Après des décennies de délaissement, l'appartenance politique de cette imagerie semble donc s'être estompée, ou en tout cas être devenue assez faible pour pouvoir subir une redéfinition radicale. Et bien au-delà de ce cas particulier, cette affiche permet surtout de se poser la question sur la manière dont sont gérées les connotations acquises par un symbole, ou autrement dit, de ce que l'on peut faire d'un héritage visuel.