

# Graffitis, art et communication dans la ville

EYSSARTIER Mélissa, FERRON Mélanie,  
GIACOBBO Josepha, GRUNENWALD William, GUYADER Olivier  
*Université Michel de Montaigne, Bordeaux3, ISIC, L3, 2010*

**Mots clés :** Graffiti, communication urbaine, art, Tag, ville, mur

**Résumé :** Le graffiti fait parti de ces moyens d'expression utilisé dans un espace urbain. Habillage graphique, vandalisme, dessins artistiques, de nombreuses idées surgissent quand l'on parle du graff mais qu'en est-il vraiment?

Nous avons tenté une approche objective afin de confronter les "maîtres en la matière" à leur "public". Il nous semblait intéressant de s'interroger sur ce phénomène populaire, qui se développe dans les villes, et subit une forte banalisation.

---

"*Graffiti*", "*tag*", sont deux appellations regroupés dans ce qu'on appelle la communication urbaine. Cette pratique est devenue un élément prégnant de notre décor citadin. Si le graffiti n'est pas dans l'absolu un phénomène nouveau, puisqu'on en retrouve sur les murs de Pompéi à l'époque romaine, sa définition n'est pas clairement définie pour tous. Qu'est ce qu'un graffiti ? un tag?

C'est d'abord un mot italien qui tire son étymologie du grec graphein (γράφειν) dont le sens équivaut indifféremment à écrire, dessiner ou peindre.

Graffiti est le nom donné aux dessins ou inscriptions calligraphiées, peintes, ou tracées de diverses manières sur une propriété. On compare le graff au tag, qui est pourtant différent et correspond à une signature rapide utilisée en "vandale".

Le graffiti, tel que nous le connaissons aujourd'hui en France, est issu de la culture hip-hop américaine. Il est né à New-York à la fin des années 1960, sous la forme de tags sauvages dans un premier temps, puis de créations de plus en plus élaborées. La peinture aérosol et les marqueurs sont devenus les outils les plus utilisés pour les réaliser.

Cette activité qui semble discrète dans sa réalisation se produit parfois dans l'illégalité.

En France, le graffiti est condamné par la loi puisqu'il est considéré comme une « destruction, dégradation ou détérioration volontaire d'un bien appartenant à autrui ». Les graffeurs pris en flagrant délit sont passibles d'une contravention de 5e classe (1 500 euros ou plus) s'il n'en résulte qu'un dommage léger (Article R.635-1 du Code Pénal) ou d'une amende pouvant atteindre 30 000 euros et jusqu'à 2 ans d'emprisonnement en cas de dommage lourd (Article 322-1 du Code Pénal).

**Alors, le graff est-il toujours un vecteur de communication et d'expression ou est-il devenu un simple habillage graphique?**

Certains considèrent le graffiti dans ses formes les plus élaborées comme un art qui mérite d'être exposée dans des galeries, tandis que d'autres le perçoivent comme indésirable.

Toutefois, comment le graffiti est-il perçu dans la rue ? Le terme de "communication" peut-il être approprié à ce style urbain? Pour répondre à ces questions, nous sommes partis à la rencontre des récepteurs et des acteurs du graff. Nous avons réalisé deux enquêtes parallèles s'adressant à chacune des catégories précitées.

Pour le questionnaire réservé aux récepteurs du graff, nous avons en premier lieu établi un échantillonnage selon des critères bien définis. Leur âge devait être compris

entre 14 et 77 ans, les lieux où nous avons enquêtés étaient : la campagne, les quais des Chartrons, le Skate Park, la sortie de lycées, l'université. Il était question de recueillir des avis sur cette pratique urbaine.

Dans un deuxième temps, nous avons recherché des graffeurs, tâche beaucoup moins aisée puisqu'ils sont généralement discrets, afin d'en savoir un peu plus sur ce phénomène et d'en percevoir les finalités. Il c'est révélé que sur les huit questionnaires récoltés, tous les répondants étaient de sexe masculin, âgés de 18 à 23 ans.

### **Le graff comme vecteur de communication**

D'après les résultats de notre enquête, la pratique du graff' répond à un besoin d'expression personnelle. Pour l'un c'est « mon défouloir », pour un second le graff lui permet d' « exprimer ce que je suis ». Les graffeurs veulent toujours dire quelque chose par l'intermédiaire de ces écritures ou peinture réalisées sur les murs. Ils veulent dénoncer une situation, faire « passer des messages » ou ont tout simplement besoin de reconnaissance, de « se faire connaître ». La totalité des graffeurs avouent ainsi avoir leur propre style et leur signature propre. Ils communiquent ainsi sur eux-mêmes, c'est une expression personnelle en direction de nombreux récepteurs.

Alain Mons, professeur et chercheur en sciences de l'information et de la communication à Bordeaux III, ne s'étonne pas de ce résultat. Pour le chercheur, le tag et le graffiti servent à véhiculer une pensée ou tout du moins un message qui est obscur ou codé. Le tag serait donc un vecteur de communication informelle dans la société. Les graffeurs passent par un autre circuit que la communication institutionnalisée pour traduire soit leur mal être, soit un désir qu'ils ne veulent pas dire par un moyen simple, classique et lisible. Mais les graffeurs notent également un besoin de marquer l'espace urbain, de « laisser son empreinte », « une trace visible ». Certains graffs expriment et communiquent le mal être de son auteur à un endroit, mais en même temps son appartenance à ce territoire.

Il existe une double communication du graff et du tag. Une fois leurs œuvres terminées, les graffeurs les prennent en photos afin de les diffuser sur leurs espaces personnels. Ils font ainsi circuler une communication de ce qu'ils sont, font passer leur message et cela rejoint le fait qu'ils aient leur propre style, leur signature propre.

Si le graff est un moyen de communication, il est donc destiné à des récepteurs. La totalité des lycéens interrogés sont quotidiennement confrontés aux tags et graffitis même s'ils ont du mal à donner une estimation du nombre de ces dessins. Mais ils remarquent eux-mêmes que face à ce grand nombre de sollicitation ils ont tendance à ne plus y faire attention. Sur les quais tout le monde exprime un avis mais personne n'y porte un grand intérêt.

Nous sommes également allés à la rencontre des récepteurs habitants les campagnes. Les résultats de cette enquête sont différents du public urbain et du public jeune. Vivant loin des graffs, les côtoyant seulement en se rendant sur leur lieu de travail, c'est le seul public qui dit ne pas les remarquer. La notion de dégradation dépasse l'artistique pour décrire le tag dans cette tranche de population.

A Bordeaux III, les étudiants ont une bonne connaissance du tag et du graff, ils savent qu'ils y sont exposés chaque jour mais n'y portent attention que si le graff est particulièrement grand, tape à l'œil, changeant, beau, avec un tracé des lettres original, bien réalisé techniquement ou ayant un message fort.

Finalement ces affirmations rejoignent la position des graffeurs. A travers notre échantillon, nous pouvons voir que le graff' tend à perdre sa valeur communicative, en terme de revendication, pour revêtir une fonction de plus en plus artistique. A l'heure où les

mairies invitent le graff sur certains de leurs murs et où les manifestations se multiplient, le graff est-il devenu une simple décoration, un simple habillage graphique ?

### **La disparition des valeurs communicationnelles du graff au profit de l'artistique**

Cette notion d'art, d'artistique ou de "beau" revient souvent dans les questionnaires des récepteurs. Pour la plupart des jeunes lycéens interrogés, le graff est un art lorsqu'il est bien fait et qu'il ne détériore pas un lieu. Au contraire, il est considéré comme un acte de vandalisme lorsqu'il est bâclé. Les étudiants situent tous, quant à eux, le graff dans le domaine artistique le domaine de l'expression n'apparaît qu'en second. Ils déplorent également le tag qu'ils considèrent comme de la dégradation, de la pollution, et le décrivent comme « moche ».

Le vocabulaire « Beau » et « moche », utilisé par les récepteurs du tag, montre cette importance de l'esthétisme et de la technique dans le graff. Ainsi ce jeune étudiant de 17 ans nous parle du graff en ces termes : « les mairies sont en demande de cette décoration », le graff est donc devenu une vraie décoration. Les graffeurs quant à eux taguent des lieux désaffectés afin de rendre ces lieux plus beaux et plus vivants. Ou sont donc passés les revendications des graffeurs ?

Mais de l'autre côté du graff, du côté des acteurs, la notion d'art est également très présente. Ils sont beaucoup à s'inspirer d'autres graffeurs ou de documents. Grâce à l'enquête l'on peut noter un élargissement du graff à des supports mobiles tel que les toiles, ou « boards ». Le graff quitte alors les murs pour se pratiquer en association. L'on peut se demander si la communication ne disparaît pas derrière la technique et la réflexion artistique.

Alain Mons nous livre son avis. Le graffiti s'est progressivement institutionnalisé pour être considéré aujourd'hui comme un art graphique, mais il ne faut pas oublier qu'il est issu d'un milieu marginal et que son essence même est d'être un phénomène anti institutionnel.

Actuellement nous voyons une sorte de recyclage et de récupération d'une pratique à la base illégale, que l'on va légitimer pour en faire un art.

Côté graffeurs nous pouvons conclure, en limitant notre étude à l'échantillon observé, que le graff est devenu un habillage graphique urbain qui garde en trame de fond des valeurs communicationnelles. Du côté du récepteur, le graff est né dans la rue et son illégalité a construit son identité. Légaliser ces interventions est jugé intéressant par les deux parties mais ça ne peut remplacer le tag qui s'exprime où il le souhaite. A la base marginal, est-ce que le graff ne s'ouvre pas trop à tous les publics, n'a-t-il pas été récupéré à d'autres fins, notamment commerciales ?