

Université de Montréal

Le graffiti comme sous-culture contemporaine : pratique anarchique et marginale ou microcosme de la société moderne?

par
Geneviève Beauchamp

Littérature comparée
Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures
en vue de l'obtention du grade de maître ès arts (M.A.)
en littérature comparée

Avril 2005



PR

14

U54

2005

V.023

AVIS

L'auteur a autorisé l'Université de Montréal à reproduire et diffuser, en totalité ou en partie, par quelque moyen que ce soit et sur quelque support que ce soit, et exclusivement à des fins non lucratives d'enseignement et de recherche, des copies de ce mémoire ou de cette thèse.

L'auteur et les coauteurs le cas échéant conservent la propriété du droit d'auteur et des droits moraux qui protègent ce document. Ni la thèse ou le mémoire, ni des extraits substantiels de ce document, ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans l'autorisation de l'auteur.

Afin de se conformer à la Loi canadienne sur la protection des renseignements personnels, quelques formulaires secondaires, coordonnées ou signatures intégrées au texte ont pu être enlevés de ce document. Bien que cela ait pu affecter la pagination, il n'y a aucun contenu manquant.

NOTICE

The author of this thesis or dissertation has granted a nonexclusive license allowing Université de Montréal to reproduce and publish the document, in part or in whole, and in any format, solely for noncommercial educational and research purposes.

The author and co-authors if applicable retain copyright ownership and moral rights in this document. Neither the whole thesis or dissertation, nor substantial extracts from it, may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

In compliance with the Canadian Privacy Act some supporting forms, contact information or signatures may have been removed from the document. While this may affect the document page count, it does not represent any loss of content from the document.

Université de Montréal
Faculté des études supérieures

Ce mémoire intitulé:
Le graffiti comme sous-culture contemporaine : pratique anarchique et marginale ou microcosme de la société moderne?

présenté par:
Geneviève Beauchamp

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes:

TERRY COCHRAN
président-rapporteur

LIVIA MONNET
directrice de recherche

GILLES DUPUIS
membre de jury

Mémoire accepté le 7 juillet 2005

Résumé

Le présent mémoire portera sur la question du graffiti issu de la culture Hip-Hop d'origine newyorkaise, c'est-à-dire les *tags*, *throw-ups* et *piece* illégaux tracés par des jeunes sur les murs et les trains de la ville. Cette pratique semble à première vue très anarchique et nihiliste par son non-respect des règles et son mépris de l'autorité. Pourtant, le graffiti évolue plutôt comme une véritable sous-culture ayant son histoire, ses mythes, son vocabulaire, ses règles tacites, son code d'honneur, ses critères de jugement, etc. En poussant plus loin l'analyse, on observe que le graffiti n'a d'autre prétention que de recréer les valeurs, idéologies et standards de la culture dominante. Ceci se confirme d'ailleurs au sein des institutions artistiques qui ne tardent pas à récupérer le graffiti pour en faire un phénomène de mode et lui attribuer une valeur marchande. Après tout, pourquoi la culture établie aurait-elle eu de la difficulté à assujettir le graffiti à sa volonté, puisque le graffiti s'est nourri des valeurs de cette culture? C'est dans cette relation complexe avec l'institution artistique et la culture établie que j'entends dévoiler le phénomène du graffiti en tant que pratique codifiée et hiérarchisée où le seul but à atteindre est la gloire.

Mots clefs: graffiti - tag - sous-culture - institution - culture dominante - New York - vandalisme

Abstract

This essay will talk about graffiti born in New York hip-hop culture, which include illegal tags, throw-ups and pieces done by teenagers on city walls and trains. This practice seems very anarchic and nihilistic by its disrespectful attitude toward rules and authority. Yet, graffiti truly evolve as a subculture which has its own history, myths, vocabulary, unwritten rules, code of honour, judgement criterion, etc. By looking closer, we observe that graffiti only claim to reproduce values, ideology and standards of the mainstream culture. This is confirmed by the appropriation of graffiti by the art establishment who makes graffiti fashionable and gives that a commercial value. After all, why does mainstream culture would have difficulty to subject graffiti to its will when graffiti have been nourish from values of the same mainstream culture? It is in this complex relationship with artistic institution and the mainstream culture that I intend to examine graffiti movement which appears to be a codified and hierarchic practice where recognition is the only goal.

Keywords: graffiti - tag - subculture - institution - mainstream culture - New York - vandalism

Table des matières

Résumé	i
Abstract	ii
Table des matières	iii
Liste des figures	vi
Glossaire	vii
Remerciements	ix
Introduction	1
<u>Première partie</u>	
Introduction au graffiti et à ses caractéristiques marginales	
Chapitre 1: Histoire du graffiti	5
Origines étymologiques	5
Origines historiques	5
Définition du graffiti moderne	7
Culture hip-hop et naissance du graffiti à New York	7
L'influence sur Montréal	10
Chapitre 2: Doublet art/vandalisme: la criminalisation du phénomène	11
La première interdiction	11
Transgression de la définition institutionnelle de l'art	12
Sabotage de l'esthétique de l'autorité	14
Intrusion dans le discours public	17
Phénomène transformé en capital politique ou occasion d'affaires	18
Perception des autorités municipales	21
Chapitre 3: La marginalité inhérente au graffiti	24
Conception divergente de la délinquance et du vandalisme	24
L'utilisation de supports non-traditionnels	26
Rejet du système capitaliste et de la notion de propriété privée	28
Chute des caractéristiques socioculturelles	29
Repliement du signe linguistique	30
<i>Wildstyle</i> : signe d'une société secrète	32
Utilisation outrageuse de la signature	34
Art public	35
Conclusion	36

Deuxième partie

Le graffiti: une sous-culture hiérarchisée et codifiée qui reprend les valeurs et idéologies de la culture dominante

Chapitre 4: Codes internes à la sous-culture 39

Respect	39
Éthique	42
Hiérarchie	45
Critères d'évaluation	49

Chapitre 5: Valeurs de la culture dominante véhiculées dans la pratique du graffiti 53

Présence effective d'une hiérarchie et de normes	53
Sexisme	54
Quête d'identité typique de l'adolescence	56
Désir de gloire	57
Parallèle avec la publicité	58
Influence de la culture populaire	59
Répétition du <i>tag</i> et production industrielle	60
L'illégalité dicte la conduite	61
Hiérarchie interne au graffiti et inégalités sociales réelles	62
Lois du cadre pictural	64
Conclusion	65

Troisième partie

Récupération institutionnelle du graffiti

Chapitre 6: La récupération des graffitistes 68

Quête effrénée de gloire et visibilité médiatique	68
Le graffiti et le monde de l'art	69
Valeur marchande	74
Désaccord dans l'univers du graffiti	75
Pratique double	77
Conclusion	77

Chapitre 7: Récupération du phénomène graffiti 80

Le graffiti comme source d'inspiration	80
Esthétique récupérée dans les médias	81
Appropriation du médium comme stratégie publicitaire	83

Chapitre 8: Récupération intellectuelle	86
Savoir académique	86
Déformations	88
Conclusion	91
Bibliographie	97
Figures annexées	x

Listes des figures**Images**

Image 1- <i>Tags</i> 1	x
Image 2- <i>Tags</i> 2	xi
Image 3- <i>Throw-up</i> 1	xii
Image 4- <i>Throw-up</i> 2	xiii
Image 5- <i>Piece</i> 1	xiv
Image 6- <i>Piece</i> 2	xv
Image 7- <i>Piece</i> 3	xvi
Image 8- Production 1	xvii
Image 9- Production 2	xviii

Documents officiels (Ville de Montréal)

10- La BD des graffiteurs: Un amour de mur	xix
11- La BD des graffiteurs: Le malheureux artiste	xx
12- La BD des graffiteurs: Max déraillé	xxi
13- Liste des murs autorisés	xxii

Glossaire

Bite ou biting	Consiste à utiliser les idées ou le style d'autrui sans son autorisation. Démonstre un manque d'originalité et de respect.
Bomb	Expression familière désignant l'action de faire du graffiti.
Buff	Renvoie aux procédés chimiques utilisés principalement à New York pour effacer les graffiti des parois des trains.
Cap (fat ou skinny)	Embout de la bombe aérosol remplacé afin d'obtenir un trait de peinture plus large ou plus fin.
Crew	Désigne une bande de graffitistes qui s'associent de façon informelle et amicale pour s'adonner ensemble au graffiti.
Cross out	Consiste à rayer le graffiti d'autrui par un trait de peinture dans le but de discréditer l'oeuvre.
Dis ou dissin	Abréviation de disrespect (non-respect). Rassemble les comportements de <i>biting</i> , <i>cross out</i> , <i>going over</i> et autres formes de non-respect.
End-to-Ends (E-to-E)	Désigne un <i>piece</i> exécuté sur un train et qui s'étend d'un bout à l'autre du wagon, généralement sous les fenêtres.
Getting up	Renvoie à l'étape initiatique où le graffitiste tente d'acquérir une visibilité dans le monde du graffiti, de faire sa place par ses accomplissements.
Going over	Consiste à inscrire son nom par dessus un nom préexistant. Est une forme de non-respect.
Graffitiste	Mot-valise formé de «graffiti» et de «artiste» désignant celui qui s'adonne au graffiti. Certains auteurs utilisent aussi le terme de graffiteur. Le terme anglais est <i>writer</i> .
Hip-hop	Culture d'origine new-yorkaise qui rassemble trois types d'activité: le rap (musique et paroles), la danse (break-dance) et le graffiti. Souvent associée à la population noire, mais s'avère plutôt multi-ethnique.
King	Terme employé pour désigner un graffitiste de renom. Le titre de <i>king</i> confirme son talent et la qualité de son travail.

Piece	Diminutif pour <i>masterpiece</i> , désigne la forme de graffiti la plus élaborée. Couvre une grande surface, requiert plusieurs couleurs et peut comprendre des motifs et des personnages.
Piecebook	Livre d'or du graffittiste qui renferme les croquis de ses graffiti (réalisés ou non), les signatures de ses idoles et amis graffittistes et parfois même des photographies des graffiti réalisés.
Production	Forme de graffiti qui s'apparente au <i>piece</i> , mais faite par plusieurs graffittistes et couvre une immense surface. Les productions sont rares et sont généralement réalisées légalement.
Tag	Forme de graffiti la plus primaire qui consiste en une simple signature exécutée au feutre ou à la bombe aérosol. Le mot tag signifie étiquette.
Tagueur ou tageur	Catégorie de graffittiste qui s'adonnent exclusivement au graffiti de type tag.
Throw-up	Forme de graffiti à mi-chemin entre le <i>tag</i> et le <i>piece</i> et qui consiste en une signature de taille moyenne exécutée en lettres bulles. Le <i>throw-up</i> possède généralement deux couleurs: une pour le contour et une autre pour le remplissage.
Top-To-Bottoms (T-to-Bs)	Désigne un <i>piece</i> exécuté sur un train et qui couvre le wagon de bas en haut, généralement entre les portes.
Toy	Désigne un graffittiste débutant et inexpérimenté ou qui manque de talent.
Whole Car	Désigne un <i>piece</i> exécuté sur un train qui est à la fois un T-to-Bs et un E-to-E, en incluant les fenêtres. Sont généralement exécutés par des groupes ou des graffittistes très expérimentés.
Whole train	Désigne une succession de <i>whole car</i> tous reliés l'un à l'autre. Ils sont extrêmement rares et toujours exécutés par un groupe.
Wildstyle	Renvoie à un style de lettrage développé par Tracy 168 et qui consiste en un enchevêtrement de lettres très stylisées.
Window down	Désigne un <i>piece</i> ou un <i>throw-up</i> exécuté sur un train et qui se concentre sous les fenêtres, sans couvrir le wagon sur toute sa longueur.

Remerciements

Avant de passer au corps de texte, je tiens à remercier ma directrice de recherche, madame Livia Monnet, qui a su m'encourager et me soutenir dans ma démarche, malgré la distance. Elle a su trouver les mots pour me donner confiance en mes capacités, tant dans la recherche que dans la rédaction. Je remercie aussi ma mère, Hélène, pour son support émotif dans les moments de doute. Je dois également remercier tous mes amis qui croyaient en ce projet d'étude plus que je n'y ai moi-même cru à certains moments.

Je tiens également à remercier le personnel et le corps professoral du département de littérature comparée pour son enseignement, son encadrement et son soutien toujours professionnel. Je dois également remercier la FICSUM pour son support financier, lors du dernier trimestre de rédaction.

Introduction

Les graffiti sont aujourd'hui monnaie courante dans toutes les grandes métropoles de la planète. La population qui les croise quotidiennement les trouve tour à tour intrigants, mystérieux, repoussants, méprisables, inquiétants, fascinants et parfois même jolis. Chose certaine, bien peu de gens peuvent prétendre comprendre les motivations des auteurs de graffiti. Loin de vouloir mener une étude sociologique sur le phénomène, la réflexion proposée dans ce mémoire est tout de même élaborée à partir de cette interrogation. Il s'agira d'abord et avant tout de comprendre ce qu'est le graffiti et nullement d'en faire l'éloge ou de procéder à sa condamnation. C'est en observant la relation attraction/répulsion qu'entretient le graffiti avec les normes de la culture dominante et de l'institution artistique que cette analyse du phénomène s'articulera.

Trois axes structurent la réflexion qui est ici proposée. D'abord, une partie consacrée à la présentation du graffiti et à son caractère marginal. Le premier chapitre renferme une définition du graffiti, relate sa naissance au sein de la culture new-yorkaise et situe l'ampleur du phénomène à Montréal. Le second chapitre est construit sur le doublet art/vandalisme qui caractérise tous les discours sur le sujet et tente d'expliquer la criminalisation du phénomène. Il rapporte que le graffiti ne cadre pas dans la définition institutionnelle de l'art, qu'il sabote l'esthétique de l'autorité, qu'il se veut une intrusion dans le discours public et qu'il est finalement transformé en capital politique ou en occasion d'affaire. Il présente aussi l'attitude bornée et répressive des autorités policières et de la population en général. Le troisième chapitre, qui complète cette première partie, expose les caractéristiques propres au graffiti qui font de lui une pratique marginale. Il explique la conception du vandalisme à laquelle adhèrent les graffitistes, l'étrangeté des supports qu'ils utilisent alors que d'autres alternatives plus traditionnelles s'offrent à eux, l'idée de propriété privée et de valeur marchande qui ne tient plus la route, la formation de groupes de graffitistes non homogènes, la trituration du signe linguistique qui est liée de près à l'utilisation du *wildstyle*, le recours à la signature dans un contexte pour le moins étonnant, et finalement ce chapitre présente le graffiti comme un art public qui rompt la grisaille des villes. Tout cela pour dire que les graffiti défient différentes normes et formes d'autorité, ce qui culmine par la négation du patronyme, puisque les graffitistes procèdent à leur auto-baptême.

Ensuite, la seconde partie dépeint le graffiti comme une sous-culture hautement codifiée et hiérarchisée, pour finalement démontrer qu'il reprend ironiquement les valeurs, standards et idéologies de la culture dominante. Les chapitres quatre et cinq qui forment cette partie mettent donc

en lumière une autre facette du graffiti, moins connue et moins évidente, qui ne rime pas du tout avec la marginalité qu'on lui associe couramment et spontanément. Le quatrième chapitre présente, à l'aide de nombreux exemples, les codes internes qui régissent cette sous-culture. Ces codes bien précis se retrouvent sur le plan du respect, de l'éthique, de la hiérarchie et des critères d'évaluation. L'abondance de règles tacites qui encadrent la pratique du graffiti remet en perspective son apparente marginalité et démontre que les fondements de cette pratique sont finalement assez traditionnels. C'est d'ailleurs ce qu'exemplifiera le chapitre cinq qui souligne comment le graffiti s'est nourri de la culture dominante pour finalement imiter ses valeurs, standards et idéologies. Ceci se confirme par la présence effective d'une hiérarchie et de codes, le sexisme quasi réactionnaire, la quête d'identité typique de la crise d'adolescence, le désir de gloire et d'admiration devenu on ne peut plus banal, l'évident parallèle avec la publicité, l'influence manifeste de la culture populaire, la production de type industrielle qui répond à des impératifs de rentabilité, la reconnaissance de la loi qui oriente la pratique, la promotion des iniquités réelles entre graffitistes et finalement, le respect du cadre pictural qui montre le graffiti sous un jour plutôt conformiste et traditionnel. C'est dans cette optique qu'on peut qualifier le graffiti de microcosme de la société moderne.

La troisième partie, quant à elle, se penche sur les différentes formes de récupération qu'a subies le graffiti, fait peu surprenant lorsqu'on comprend que son caractère marginal est quelque peu illusoire. Trois formes distinctes de récupération et autant de chapitres forment cette dernière partie. Le sixième chapitre permet d'observer que la quête effrénée de gloire si caractéristique du graffiti l'entraîne vers le monde de l'art établi (galeries et musées) pour en faire une mode et lui attribuer une valeur marchande. Dans ce cloisonnement du graffiti sur toile (post-graffiti), il ne subsiste plus grand-chose du véritable graffiti, en plus d'entraîner une dévalorisation de ce qui se fait dans la rue. Cette récupération des graffitistes et de leur travail apprivoisé par des formes plus canoniques cause une mécontente dans l'univers du graffiti. On conclut finalement en disant que le graffiti est passé d'un pôle de production restreinte à un pôle de grande production, selon la typologie de Bourdieu. Le septième chapitre traite de la récupération du phénomène graffiti à proprement parler qui devient une influence en vogue pour les artistes déjà reconnus dans le monde de l'art. Ce chapitre traite également des différentes entreprises médiatiques qui exploitent le phénomène à des fins purement capitalistes et de l'appropriation du médium comme stratégie publicitaire. Le huitième et dernier chapitre expose la récupération de nature intellectuelle que les auteurs, chercheurs et journalistes font subir au graffiti pour achever de le dénaturer. En plus de montrer les conséquences de cette récupération et de citer l'opinion des graffitistes sur le sujet, ce chapitre se veut également une autocritique, ou du moins une remise en question. C'est ce qui conclut les différents types de

récupération qu'a pu opérer la culture dominante à l'égard d'un phénomène qui s'est nourri de cette même culture.

Première partie

Introduction au graffiti et à ses caractéristiques marginales

Chapitre 1

Histoire du graffiti

Origines étymologiques

Les origines étymologiques du terme *graffiti* prennent racine dans la langue italienne. Son pendant singulier, *graffito*, désigne un stylet à écrire et provient de la même famille linguistique que *sgraffito* qui désigne une égratignure. Si le lien avec l'écriture demeure encore valide de nos jours, l'aspect de griffure semble beaucoup moins pertinent, puisque l'outil de prédilection servant aujourd'hui à réaliser des graffiti - la bombe aérosol - n'entre même pas en contact direct avec la surface utilisée. La peinture s'y dépose de façon instantanée et superficielle, sans la moindre rayure du support. Ce bref exposé sur les origines étymologiques du terme permet toutefois de comprendre pourquoi sa forme plurielle est généralement utilisée sans S à la fin : tout simplement pour respecter les origines italiennes du terme (bien que *graffitis* soit également accepté en français).

Origines historiques

L'histoire du graffiti contemporain est très souvent reliée aux peintures rupestres de la préhistoire, ce qui a pour effet de conférer un certain prestige aux graffiti urbains qui semblent dès lors s'inscrire dans une longue tradition artistique si caractéristique de l'*homo sapiens*. Mais tracer un parallèle entre ces deux types d'inscriptions murales ne se fait pas si aisément lorsqu'on s'attarde au contexte de production propre à chaque époque. François Poisson a tenté de répondre à la question apparemment toute simple « à quand remonte les premiers graffiti »? Il découvrit bien vite que cette question en amène inévitablement d'autres, plus complexes. S'attarder exclusivement au support mural comme critère définitionnel du graffiti serait une simplification déconcertante. On ne peut pas conclure que les fresques tracées dans les grottes pendant la préhistoire sont équivalentes et comparables aux graffiti des rues de New York! Poisson soutient plutôt que les fresques datant du paléolithique supérieur (celles des grottes de Lascaux et d'Altamira, par exemple) ne peuvent pas être considérées au même titre que les graffiti modernes, dans la mesure où les fresques constituaient la seule forme d'art et d'expression de l'époque, bref, une norme. Elles sont donc la forme d'expression officielle et courante de l'époque, alors que le graffiti doit se présenter comme une alternative aux canaux d'expression dominants : « D'autres auteurs, tel Harvey D. Lomas, sont toutefois d'avis que, parce que l'homme préhistorique ne possédait aucun mode d'expression graphique autre que celui-là, peinture et gravure pariétales ne peuvent être considérées comme des graffiti » (Poisson, 1994a : 7).

Toutefois, dans un contexte historique précis, le graffiti peut faire figure d'écriture non officielle, tout en étant monnaie courante et fort bien toléré. C'est ce que nous apprennent les ruines des villes de Pompéi et d'Herculanum où de très nombreux graffiti ont été figés après l'éruption du Vésuve en -79. À cette époque, l'écriture était très répandue, mais l'accès à des outils tels que la tablette de cire et le papyrus était restreint. Les fonctionnaires utilisaient ces outils d'écriture dans le cadre de leurs fonctions au sein de l'administration. Par conséquent, leurs produits étaient considérés comme la forme officielle d'écriture. Dans ce contexte, les matériaux d'écriture étant rares et leur usage limité à certains domaines, les murs offraient une alternative qui était tolérée: « Tous y ont recours, les autorités comprises, qui s'en réservent quelques-uns afin de diffuser des informations sur les ventes aux enchères, les élections, les spectacles de l'arène, etc. À tel point que le caractère hors-la-loi si essentiel à la définition des graffiti contemporains semble faire défaut à ceux-là » (Poisson, 1994a : 10). Ces graffiti ne sont pas des écritures officielles comme c'était le cas pendant la préhistoire, car d'autres formes existent et sont utilisées par des spécialistes. Toutefois, ils ne sont pas jugés problématiques pour autant, mais plutôt perçus comme une solution à la rareté des outils d'écriture plus récents.

Malgré ces différences essentielles, il demeure un point commun très primitif entre les peintures rupestres et les graffiti modernes quant à leur intentionnalité. On sait que les hommes préhistoriques dessinaient les images des animaux qu'ils chassaient quotidiennement et dont leur survie dépendait. C'était donc l'objet de leur désir qu'ils représentaient, leur instinct de survie qui prenait une forme artistique. Aussi, les anthropologues nous diront que c'est la genèse d'une subjectivité, l'affirmation d'une identité qui se positionne face à son environnement. Les graffitistes d'aujourd'hui n'ont d'autre intention que de marquer l'espace de leur présence, d'acquérir une visibilité par un criant « Je graffite, donc j'existe ». Mais peut-être qu'en bout de ligne, cette affirmation de soi n'est rien d'autre qu'une stratégie de survie éminemment moderne dans un monde aliéné et déshumanisant. Si cette comparaison entre les *tags* de notre époque et les peintures rupestres peut paraître odieuse à certains lecteurs réfractaires au phénomène du graffiti, que dire de ceci : « Pour l'anecdote, il y a quelques années de cela, des scouts ont effacé des graphiques rupestres qu'ils avaient pris pour des tags » (Lafortune, 1993 : 18). De quoi nous laisser songeur quant aux jugements de valeurs.

Définition du graffiti moderne

Bien que ces brefs parallèles avec la peinture rupestre semblent des plus pertinents pour notre propos, il demeure impératif de circonscrire le graffiti moderne dans un cadre bien défini pour savoir exactement de quoi il sera question au cours des prochains chapitres. Pour ce faire, je reprendrai textuellement la formule générale proposée par François Poisson qui a consacré ses recherches à la définition du phénomène du graffiti.

« Inscription abstraites, figuratives ou langagières de source non officielle tracées par des individus ou des groupes à certains moments, en des endroits donnés, sur des surfaces non conçues à cette fin, pour exprimer ultérieurement les contenus les plus divers à quelqu'un, fut-ce l'auteur lui-même, faisant partie d'un certain public, et ce à l'encontre des règles établies, qu'elles soient explicites (lois, règlements) ou implicites (conventions, convenances, morale, etc.) » (Poisson, 1994a : 23).

Cette définition peut paraître assez large et englobante, mais elle met d'emblée en relief plusieurs aspects du graffiti qui feront l'objet de développements ultérieurs. D'abord, le statut non officiel des écritures de type graffiti est encore une fois souligné. Mais de plus, on renforce cette vision du graffiti comme médium alternatif, en précisant qu'il prend place sur un support non destiné à l'accueillir et que cela se produit dans un flagrant mépris de l'autorité. Chose importante à retenir, ces caractéristiques sur lesquelles je me permet d'insister font partie intégrante des notions qui permettent de concevoir le graffiti comme une forme de vandalisme très mal tolérée par notre société actuelle. Toutefois, cette définition générale comporte le désavantage de rassembler de nombreux types de graffiti, alors que la présente étude se propose d'adopter une vision moins panoptique, en se concentrant sur un courant spécifique au sein du graffiti en général.

Culture hip-hop et naissance du graffiti à New York

Il s'agira donc de porter notre attention plus spécifiquement sur le graffiti né à New York à la toute fin des années 60 et issu de la culture hip-hop. Cette ville est d'ailleurs étudiée par de nombreux auteurs qui se sont intéressés au graffiti (Castleman, Chalfant et Cooper, Miller, Murray, etc.) et elle demeure mythique et très admirée, tel un paradis perdu, par les graffitistes du monde entier. Cette précision du champ de recherche permet instantanément d'élaguer des pans entiers du graffiti tels que ceux inscrits dans les toilettes publiques, ceux de type politiques, descendants de Mai 68, tout comme les écriteaux poétiques qui seront également écartés.

Une autre précision s'impose, car traiter des graffiti dans le contexte new-yorkais évoque automatiquement l'activité des gangs de rue. On sait que depuis les années 50, les gangs

criminalisés utilisent les graffiti en guise de marqueurs territoriaux pour affirmer leur ascendant sur un quadrilatère donné, ainsi que comme outil d'intimidation. Les graffiti issus de la culture hip-hop n'ont absolument rien à voir avec ce phénomène; au contraire leurs auteurs s'en dissocient. Hager affirme d'ailleurs que la culture hip-hop devient une alternative aux gangs pour plusieurs jeunes New-yorkais. Le meilleur exemple est celui d'Afrika Bambaataa, membre des Black Spades dans les années 60, qui fonde la Zulu Nation après que son meilleur ami Soulski ait été abattu par la police le 10 janvier 1975. Il propose aux jeunes de former un groupe pacifiste où les activités artistiques telles que le graffiti, la danse et la musique rap leur permettent de transcender la violence.

Ceux qui ne font pas partie de la Zulu Nation arrivent tout de même à se dissocier du phénomène des gangs de rue en faisant preuve de sang-froid. Effectivement, les graffitistes arrivent à gagner le respect des gangs du Bronx parce qu'ils déambulent seuls et non armés dans des endroits où les membres de gang n'osent pas s'aventurer. Ils portent des manteaux ornés de graffiti personnalisés pour ne revendiquer aucune affiliation à un gang violent et évitent ainsi problèmes et bagarres. Dans Brooklyn, où les gangs sont plus violents, les graffitistes doivent s'unir pour former leur propre gang de *writing* et non pas de *fighting*. Cette première association a lieu en 1971 et réunit sept membres qui s'adonnent au graffiti avec leur nom de groupe : les Ex-Vandals. Ils ont des intérêts communs et la formation d'un gang crée un sentiment d'appartenance. On parle ici d'un moyen d'exprimer la violence, plutôt que d'adopter un comportement violent.

Ces gangs de graffiti demeurent tout de même un phénomène isolé, la plupart des graffitistes agissant comme ceux du Bronx. Toutefois, rien ne les empêche de s'organiser en groupe (*crews*) pour s'adonner au graffiti, tout en ayant leur propre nom. Miller pose très clairement les différences qui distinguent ces *crews* (groupes de graffitistes) des gangs criminalisés :

« Writers crews were very different entities from territorial gangs; whereas gangs use violence to establish identity and intimidation for cohesiveness, crews battle aesthetically by burning their rivals with innovative styles and have voluntary membership. As the term suggests, crews are painting groups, and in them writers worked together to create designs, get paint, and to defend each other from danger » (Miller, 2002 : 113).

Aussi, les gangs de graffiti s'emparent de la ville en entier plutôt que de chercher à marquer un territoire comme le font les gangs criminalisés. Malgré cela, les autorités policières confondent parfois les deux types de gangs et associent le graffiti à des formes de crime plus graves. L'organisation en *crews* sera abordée de nouveau ultérieurement.

Tel que mentionné précédemment, ce qui caractérise le type de graffiti qui retient notre attention, c'est son affiliation à la culture hip-hop. Cette culture est un véritable mode de vie qui regroupe plusieurs activités de nature artistique : la musique rap (DJ et joutes orales), la danse (*break dance*) et le graffiti. Bazin rapporte que *Hip* renvoi à la façon de parler dans les ghettos noirs américains, tandis que *Hop* signifie danser. « Le “hip” et le “hop” traduisent le défi lancé à soi-même et aux autres. Le défi est une impulsion qui anime l'ensemble des expressions artistiques du hip-hop. Il s'agira toujours d'atteindre le sommet : “Hip-hop, don't stop, till you reach the top!” » (Bazin, 1995 : 17). Le point central qui anime tous les graffitistes new-yorkais est le travail sur la lettre et la circulation de leur nom. On n'a pas simplement affaire à des dessins, mais bien à la répétition du pseudonyme que le graffittiste aura choisi. Le but ultime est la gloire, la reconnaissance des pairs, le gain du respect, qui se matérialise essentiellement grâce à la multiplication des signatures dans la ville et à la recherche stylistique dont les lettres font l'objet.

Cette exacerbation du nom commence dès 1967 alors que Julio 204 (pseudonyme accompagné du numéro de la rue où il habite) commence à laisser sa marque à différents endroits. Par la suite, à l'été 1970, Taki 183 emprunte la forme créée par Julio 204. Mais c'est réellement en 1971 que Taki réussit à faire exploser le phénomène en attelant des surfaces dans les *five boroughs* grâce à son emploi de messenger qui lui permet de se déplacer partout dans la ville de New York. Il fut d'ailleurs le premier à utiliser un marqueur à feutre très large pour réaliser des *tags* plus gros. Bien que Taki 183 avoue explicitement s'être inspiré de Julio 204, plusieurs ouvrages sur le sujet attribuent à Taki les origines du phénomène graffiti. Cela est certainement attribuable au fait que Taki a non seulement couvert un territoire beaucoup plus grand, mais aussi qu'il a piqué la curiosité des médias. En effet, le tout premier article traitant des graffiti parus dans *The New York Times* le 21 juillet 1971 se base sur une interview avec le graffittiste, ce qui conféra à Taki ses lettres de noblesse. Par la suite, Lee 163 fut le premier graffittiste à ajouter un style particulier à son *tag*, qui devient dès lors une écriture esthétique.

Bien que les tout premiers graffiti de la ville de New York prirent place sur des murs, le support par excellence, très prisé par tous les graffitistes new-yorkais, demeure les parois du métro (tant intérieures qu'extérieures). Non seulement le métro augmentait le facteur de risque, et par conséquent, la reconnaissance associée à l'acte, mais il permettait aussi aux graffitistes d'obtenir une visibilité incroyable. Les wagons de métro ont été la cible de choix des graffitistes depuis le début des années 70, à tel point que ceux qui ne s'exécutaient pas sur les trains n'étaient pas considérés comme des graffitistes à part entière et n'étaient pas reconnus dans le milieu. En 1984, la totalité des

6200 wagons du Metropolitan Transit Authority (MTA) étaient couverts de graffiti. Suite à de nombreuses stratégies anti-graffiti, le dernier wagon graffiti a été retiré du service le 12 mai 1989.

L'influence sur Montréal

Tout le monde sait que ce phénomène né à New York il y a maintenant plus de 35 ans s'est répandu non seulement dans les autres grandes villes américaines, mais aussi au Canada, en Australie et surtout en Europe. En Europe, on estime que le phénomène débute avec les années 80. Pour ce qui est de la ville de Montréal, Johanne Picard nous apprend que le graffiti y a connu deux phases d'existence succinctes. D'abord, dans les années 80, le graffiti de type « classique » caractérisé par des phrases commentant la vie sociale quotidienne, l'actualité. C'est surtout la prise de parole d'un individu, héritage de Mai 68, tel qu'étudié par Denyse Bilodeau. Par la suite, apparaît, dans les années 90, le graffiti issu de la culture hip-hop new-yorkaise caractérisé par la signature. C'est un graffiti de type identitaire, tel que l'a étudié Louise Gauthier, qui nous intéresse également ici. Les autorités municipales semblent assez d'accord avec cette petite histoire des graffiti à Montréal. Dans un rapport sur le sujet¹, la ville estime que les graffiti de type *tag* ont fait leur apparition au début des années 90 pour prendre une ampleur considérable seulement en 1998. D'ailleurs, la ville est munie d'un plan d'intervention uniquement depuis 1996, ce qui dévoile la nature relativement récente du phénomène, comparativement aux grands centres urbains américains.

¹ _____, *Graffiti, "tags" et affichages sauvages : Bilan des activités 2001 et Plan d'intervention 2002*, Ville de Montréal Publications officielles février 2002 29 pages (Préparé par Nicole Sophie Vian)

Chapitre 2

Doublet art/vandalisme : la criminalisation du phénomène

Lorsqu'on aborde la question du graffiti, deux positions bien distinctes, voire même opposées et irréconciliables, sont possibles. Soit on considère le graffiti comme une forme d'art urbaine et intrigante, soit on le conçoit comme du vandalisme, une dégradation sauvage du paysage, qui ne mérite rien d'autre que le mépris. Cette dernière opinion est probablement la plus courante au sein de la population en général et la seule admissible pour les autorités policières. Mais qu'est-ce qui peut nous amener à dénigrer de telle façon l'œuvre que nous offre un individu? Cette question me semble essentielle pour comprendre le statut de mal-aimé du graffiti, car la définition même de ce qu'est un graffiti provient en grande partie de la conception qu'en véhiculent les autorités policières et municipales. Ainsi, l'aspect légal du phénomène est inséparable d'une réflexion sur celui-ci, puisqu'il en module l'existence et la perception. Susan Stewart pose les contradictions inhérentes au graffiti, qu'elle qualifie d'ailleurs de *criminal art*, et qui découlent de son double statut d'art et de crime : « Because at the present time graffiti is both outlawed and venerated, it provides such a point of departure. Radically taken up as both crime and art, graffiti has, in recent years, been the site of a conflict regarding the status of the artist and the art work in contemporary culture » (Stewart, 1987 : 162).

La première interdiction

L'interdiction de faire des graffiti ne date pas d'hier et n'est pas exclusive à notre société actuelle. La première trace d'interdiction de faire des graffiti que j'ai relevée au cours de mes lectures remonte à l'Antiquité et vise à enrayer un phénomène qui perdure encore de nos jours, soit les graffiti dans les toilettes publiques.

« We know, for instance, that the Romans wrote graffiti, some of them obscene, upon the wall of their public latrines. [...] The authorities often took measures to curb such practices. To protect their wall against such defacement, the Romans placed pictures of deities or religious emblems on their toilet walls and called down the wrath of heaven against those who were so wicked as to profane what their duty as a citizen of Rome required them to revere » (Abel et Buckley, 1977 : 5).

Ce bref récit historique me semble particulièrement intéressant, car déjà à cette époque les autorités municipales prirent des mesures pour enrayer le phénomène. Pourtant, Ferrell rapporte qu'à l'époque des premiers graffiti de Denver, au début des années 80, alors qu'ils étaient très rares, les policiers semblaient leur porter un intérêt, mais bien différent de ce que l'on connaît aujourd'hui. Ils riaient et regardaient d'un air amusé les tout premiers graffitistes de Denver à l'œuvre. Alors, qu'est-ce qui

justifie que, une fois le phénomène ayant pris de l'ampleur, on dépense des millions de dollars pour prévenir et effacer les graffiti dans tous les grands centres urbains de la planète? Qu'est-ce qui nous pousse en tant que société à faire du graffiti un réel problème?

Transgression de la définition institutionnelle de l'art

Comme mentionné dans l'introduction de ce chapitre, pour la plupart des gens (ce qui inclut d'ailleurs les auteurs qui ont écrit sur le sujet) le graffiti est soit de l'art, soit du vandalisme, mais il est rarement les deux à la fois. Malheureusement, son mode de production et de réception permet à une grande partie des citoyens de conclure que le graffiti n'est pas compris dans la sphère de l'art. Donc, le raisonnement est simple : si ce n'est pas de l'art, ça devient nécessairement du vandalisme.

Cependant, se questionner à savoir si le graffiti peut être qualifié d'art revient nécessairement à poser une définition de l'art, ce qui n'est pas une mince affaire. Varnedoe et Gopnik démontrent efficacement que notre conception de l'art viendra automatiquement influencer notre jugement des graffiti :

« For if by art we mean something that extends an accepted tradition of icons and images, and restates the inherited beliefs of our culture, then, no, of course it wasn't art. But if by art we mean, as we have for more than a century, a self-propelled and self-generating competition in style, a serious game that begins as an in-group game that gives meaning to the life of the markers and to his enthralled small audience, and ends by producing a new and widely shared style - well, then, of course it was art » (Varnedoe et Gopnik, 1990 : 382).

Toutefois, cette deuxième conception de l'art, ici décrite par Varnedoe et Gopnik, ne semble pas être la plus répandue, sans quoi le graffiti ne poserait aucun problème.

Ainsi, là où le graffiti achoppe, c'est lorsqu'il rencontre le mur de la définition institutionnelle de l'art, telle que formulée par George Dickie, dans laquelle il ne cadre pas, mais à laquelle la majorité de la population semble adhérer inconsciemment. C'est effectivement la conception de l'art qui me semble la plus courante et la plus simple. La définition de l'art que formule Dickie se base sur la relation à l'institution, et se lit comme suit : « Une œuvre d'art au sens classificatoire est 1) un artefact 2) auquel une ou plusieurs personnes agissant au nom d'une certaine institution sociale (le monde de l'art) ont conféré le statut de candidat à l'appréciation » (Dickie, 1992 : 22).

Dickie précise que cette théorie s'illustre particulièrement bien dans le monde de la peinture et de la sculpture, avec les *ready-mades* de Duchamp par exemple, où l'on confère un statut d'art à un

objet suivant le contexte dans lequel il prend place. Dickie prend pour exemple l'urinoir de Duchamp qui peut être considéré comme une œuvre d'art par le contexte dans lequel il se retrouve, le cadre d'exposition que lui fournit l'institution artistique, contrairement aux urinoirs en démonstration chez le quincaillier. C'est dans cette même logique que les graffiti sont bêtement considérés comme du vandalisme : par le contexte dans lequel ils prennent place. Ce n'est pas un contexte qui se prête à l'exposition ni à l'appréciation tel qu'on le conçoit habituellement à l'intérieur des paramètres du monde de l'art. Dickie donne aussi l'exemple de peintures réalisées par des chimpanzés et gorilles, et exposées au Field Museum of Natural History de Chicago qui, dans ce contexte, ne reçoivent pas le statut d'œuvre d'art, ce qui aurait été le cas si elles avaient été exposées à l'Art Institute, quelques kilomètres plus loin, car c'est une institution dédiée à l'art. « Pour une grande part c'est le contexte institutionnel qui est décisif : certains contextes institutionnels se prêtent à l'acte de conférer le statut d'art, d'autres non » (Dickie, 1992 : 30). Donc, le contexte dans lequel prend place le graffiti le discrédite automatiquement et amène un autre type de jugement que celui de nature esthétique. On verra d'ailleurs plus loin que l'occasion où le monde de l'art est prêt à conférer le statut d'œuvre d'art au graffiti correspond simplement au moment du transfert du graffiti sur toile, et des expositions qui se déroulent dans un cadre on ne peut plus institutionnel.

En bref, le graffiti ne correspond pas à ce que la majorité estime être de l'art, simplement parce qu'il ne concorde pas avec les standards institutionnels à l'intérieur desquels se déroulent l'expérience esthétique, telle que conçue par la haute culture. « Art can be understood as a socially created category which has attached itself to certain external and internal signals by which art is recognized. Hence the "art gallery" and the theater. Art as aesthetic quality is that which has been so labelled by western cultural and class elites » (Barker, 2000 : 42). Le jugement que l'on pose sur le graffiti est donc influencé par notre conception bourgeoise de l'art. Non seulement le graffiti sort des paramètres réservés à l'art, mais ce faisant, il ne peut faire autrement que de choquer la bonne morale, ce qui vient automatiquement biaiser le jugement. Non seulement ça ne peut pas être de l'art, mais puisqu'il ne peut pas être de l'art, il n'a pas sa raison d'être, et sa simple présence choque.

C'est ici qu'entre en jeu David Hume avec sa thèse du moralisme restreint. Cette thèse suppose que différents facteurs sont susceptibles d'affecter le goût, ce qui ne permet pas l'adoption d'un point de vue correct pour juger avec validité une œuvre d'art, car son contenu ou encore son mode d'expression contreviennent à nos convictions morales fondamentales. En ce sens, le goût moral peut empêcher l'exercice du goût esthétique. Le choc moral vient donc limiter notre lecture et dévaloriser l'œuvre en question. Hume soutient que le jugement de goût requiert l'adoption d'un

point de vue particulier exigé par l'œuvre, ce qui implique pour le critique de faire fi de tous ses préjugés. « Mais, afin de devenir le plus pleinement capable d'effectuer cette entreprise [juger des mérites d'une œuvre], il faut qu'un critique préserve son esprit de tout *préjugé*, et ne prenne rien en considération, si ce n'est l'objet même qui est soumis à son examen » (Hume, 1974 : 92).

Cette thèse s'applique donc aux autorités policières qui ne regardent que l'aspect légal du geste, ce qui ne leur permet pas de s'intéresser à l'aspect esthétique ou à la démarche artistique. De toute façon, ces personnes ne possèdent pas les qualités et connaissances requises pour se pencher sur un phénomène du monde de l'art, mais c'est pourtant le jugement péjoratif de ces personnes qui discrédite la pratique graffiti. Aussi, la thèse du moralisme restreint s'applique de façon encore plus évidente aux propriétaires des surfaces où prennent place les graffiti. Leur première conviction morale touche sans contredit à la valeur de la propriété privée et aux droits et privilèges qui y sont associés. Ainsi, leur autorité sur l'objet matériel qui leur appartient de droit étant bafouée, ils n'ont d'autre réaction que l'indignation et le dédain, ce qui leur permet de conclure hâtivement à la laideur de la chose. Pourtant, selon Hume, les préjugés défavorables qui naissent suite à la violation de la propriété privée détruisent leur jugement et leur retirent toute autorité en matière de critique. Effectivement, ce jugement se limite à un cadre moral et ne peut d'aucune façon prétendre à un jugement esthétique éclairé, puisque la conviction morale étant ébranlée, le jugement de goût est invalidé.

Sabotage de l'esthétique de l'autorité

Cette vision problématique du graffiti qui choque s'articule encore plus clairement lorsqu'on songe à l'aspect planifié de l'espace urbain, où tout est organisé et agencé par des instances décisionnelles qui dépassent le simple citoyen qui y vit quotidiennement. Le graffiti fait tache et interrompt cette esthétique planifiée et imposée, qui semble satisfaire tout le monde par son caractère uniforme, prévisible et sécurisant. Denys Riout fait remarquer que le caractère de souillure que l'on attribue aux graffiti qui ne s'harmonisent pas avec l'environnement planifié de la ville vient de loin :

« Au XIXe siècle en effet, le vaste mouvement hygiéniste convertit la propreté en un attribut absolument indispensable de la respectabilité. Dans un tel contexte, alors que le contrôle des sphincters est devenu un élément primordial de la sociabilisation, tout ce qui ressemble à une souillure, tout ce qui paraît trop spontané, bref tout ce qui demeure trop près d'une extériorisation, d'une présence du corps réel, doit sévèrement être condamné, éliminé. Les graffitis - comme les tatouages - font partie de ces traces détestées, vilipendées » (Riout, 1985 : 24).

Jeff Ferrell a forgé le concept d'esthétique de l'autorité (*aesthetic of authority*) où il exemplifie comment le graffiti fait tache, selon quelles normes du paysage urbain il n'est pas

bienvenu. L'auteur explique que la plupart des gens ont la même définition de ce qu'ils trouvent beau dans une ville ou un quartier. La façon dont l'environnement est organisé semble être une convention tacite partagée par tous, une homogénéité rassurante dont les autorités municipales sont en grande partie responsables. Mais l'appréciation d'une ville impeccable est plus qu'un sens commun :

« The appreciation of buildings stripped of unsanctioned notices and posters, of well-landscaped yards cleared of weeds and clutter, of street swept free of litter (and "bums") - of cities free of graffiti- is in fact an aesthetic of authority. It embodies an affection for authority, a pleasure in the way property looks when it is under the firm control of its individual, corporate and governmental owners » (Ferrell, 1993 : 180).

C'est cette unité prévisible et contrôlée - *aesthetic of authority* - que vient troubler le graffiti. C'est dans ce contexte que Ferrell parle de sabotage de l'espace planifié, de l'interruption de l'expérience passive de la culture de masse. En faisant son apparition dans ce décor si bien équilibré et dominé par un esprit de cohésion, le graffiti menace le pouvoir qui a créé cette esthétique urbaine si plaisante aux yeux des bourgeois. Ainsi, si les autorités criminalisent le graffiti, c'est parce qu'il ne correspond pas à leur norme de ce qui est esthétiquement valable. C'est que l'apparence du paysage est sous leur contrôle, contrôle qu'ils ne peuvent pas céder sans céder leur autorité. En menaçant l'esthétique soutenue par l'autorité, le graffiti menace la figure de l'autorité elle-même : « Considéré de ce point de vue, le graffiti apparaît clairement comme l'une des formes que prend cette guérilla, comme un acte de sabotage qui contrecarre la réalisation du projet d'un espace urbain homogène investi et planifié par les pouvoirs corporatifs et économiques, via les médias, l'architecture et l'urbanisme » (Bérubé, 2000 : 335). En résumé, il y a une façon correcte de voir la ville et le graffiti n'en fait pas partie, il sabote cette vision normalisée.

Ferrell ajoute également que, lorsqu'un citoyen affirme qu'un graffiti est laid, ce n'est nullement en se basant sur les qualités esthétiques internes à l'œuvre ou sur la démarche artistique en cause, mais simplement en affirmant que le mur lui appartient et que le graffiti s'y retrouve sans permission, ce qui le rend automatiquement hideux. C'est ainsi que fonctionne l'esthétique de l'autorité : en définissant la beauté ou la laideur par le pouvoir lié à la propriété. On pourrait aussi ajouter que le mur devient moins beau une fois orné d'un graffiti, car il n'est plus pareil aux autres. Au lieu d'apprécier l'originalité de la chose, on se rabat sur l'esthétique de l'autorité qui agit de manière quotidienne et collective. C'est dans cette logique que les instigateurs de la campagne anti-graffiti de Denver prononcèrent des phrases aussi ridicules que « No matter how good it looks, graffiti is ugly » (Ferrell, 1993 : 181). Les conceptions rigides proposées par les autorités concernant l'apparence d'une ville sont assimilées par la masse, parce que ces autorités représentent soi-disant la

volonté de la communauté, alors qu'en réalité elles manipulent l'opinion publique.

D'autres auteurs se sont aussi intéressés au phénomène du graffiti comme tache dans un environnement presque aseptisé : « La propagation des graffiti à travers le monde signifie que les jeunes citadins, surtout les Occidentaux, sont en révolte contre le design inhumain des villes » (Bonhomme, 1992 : E8). Les graffitistes prennent conscience du pouvoir dont ils disposent lorsqu'ils décident de déformer l'environnement déshumanisé et imposé dans lequel ils ne veulent plus être contraints de vivre :

« In the city you don't get any say in what they build. You get some architect that does crappy glass buildings or grey buildings. No one comes up and says, "We're building this, do you like it? Here's the drawings, we'll take a pool." So why should I have to explain what I do? I live in the city, I'm a citizen. Maybe in the eyes of this town I'm not so important, because I don't have all that high a status as in class and job, but I live here so I should have as much say as anyone else, and that's why I go and paint, 'cause I want to say something, and I don't want to be told when I can do it » - 3D de Bristol en Angleterre (Chalfant et Prigoff, 1987 : 10).

L'esthétique est vraisemblablement une forme d'autorité et c'est elle que le graffiti ébranle en sabotant l'apparence des villes.

D'autres auteurs vont même plus loin dans leur explication du mépris du graffiti en supposant que ce n'est pas que sa présence qui dérange, mais bel et bien son contenu. Par exemple, Louise Gauthier soutient que le problème que les autorités rencontrent face au graffiti n'est pas seulement une question de forme et d'espace, mais aussi de contenu et de style : « Le style chaotique, vibrant et dynamique du graffiti signé est, en effet, très différent du style traditionnel, folklorique et serein préféré jusqu'à maintenant par les autorités publiques. Il s'agit donc de deux paradigmes opposés quant au mode de représentation de l'expérience urbaine contemporaine » (Gauthier, 2000 : 147). Les Murray abondent aussi dans le même sens en affirmant que la controverse au sujet du graffiti va plus loin que l'aspect légal. Le style du graffiti et les personnes qui le pratiquent sont mis en cause, puisque des graffitistes se font harceler lorsqu'ils peignent des murs en toute légalité, sur commande, avec l'autorisation du propriétaire. Les auteurs rapportent un événement où plusieurs graffitistes n'ont même pas pu terminer leurs œuvres parfaitement légales à cause des pressions policières. Le graffiti légal ou non est le symbole d'une perte de contrôle pour les autorités. Ferrell rapporte lui aussi plusieurs cas où les graffiti avaient été tracés de façon totalement légale, mais simplement par leur style ne correspondant pas aux normes dominantes, ils gênaient les autorités... Des publicités légales réalisées sous forme de graffiti ont d'ailleurs été effacées à la demande des autorités municipales de Denver! Ferrell poursuit en disant que les autorités jugent les graffiti esthétiquement inappropriés, parce qu'ils ne respectent pas les structures

de l'autorité et du pouvoir. Alors on doit vraiment se demander si la raison qui incite les autorités à criminaliser le graffiti, à le dénigrer et à tenter de l'éliminer de l'espace urbain a seulement à voir avec l'atteinte à la propriété privée, ou si ce n'est pas plutôt le choc que cause cette esthétique flamboyante, très particulière et parfois incompréhensible dans l'espace urbain si planifié, codifié et morne.

Intrusion dans le discours public

« Why do they go after the little guy? Why not the campaign organizations that put stickers all over the subways at election time² ? » Lorsque Taki 183 prononce cette phrase pour atténuer son appropriation mal venue de l'espace public, il souligne le paradoxe d'un espace public qui n'appartient non pas à personne, mais qui est sous le contrôle de quelques puissances, comme l'est l'esthétique de l'autorité. Effectivement, les médias contrôlent toutes les images et les discours qui encombrant les villes. C'est clairement le pouvoir de l'argent qui domine ces discours et ceux qui n'ont pas le droit de parole, mais qui s'en emparent malgré tout, dérangeant vraisemblablement.

Le graffiti se permet d'investir des formes de discours normalement contrôlées par l'argent, à savoir la publicité. Il s'empare de son aspect formel en reprenant son esprit, son espace et ses moyens. Baudrillard voit ce travestissement de la forme publicitaire comme un acte révolutionnaire :

« Mais surtout, pour la première fois les médias ont été attaqués dans leur forme même, c'est-à-dire dans leur mode de production et de diffusion. Et ceci justement parce que les graffiti n'ont pas de contenu, pas de message. C'est ce vide qui fait leur force. Et ce n'est pas un hasard si l'offensive totale sur la forme s'accompagne d'une récession des contenus. Ceci procède d'une sorte d'intuition révolutionnaire - à savoir que l'idéologie profonde ne fonctionne plus au niveau des signifiés politiques, mais au niveau des signifiants - et que c'est là où le système est vulnérable et doit être démantelé » (Baudrillard, 1976 : 123).

Encore une fois, le graffiti dérange plus qu'il ne le paraît, car il menace les grandes formes de pouvoir. Un individu qui se permet de s'afficher avec des stratégies de marketing réservées aux grandes corporations est perçu comme un danger pour l'impact du discours contrôlé. De plus, comme le souligne Bilodeau, le graffiti se présente comme une tribune alternative qui n'est pas soumise à la logique de la consommation, qui n'est pas achetée par une corporation et qui n'a rien à vendre.

Pour poursuivre, Denys Riout avance que la première fonction sociale du graffiti est une visée de communication qui permet d'affirmer son existence dans une société déshumanisante. Il suppose que cette fonction est un pont vers la démocratie : « Une autre grande fonction des graffitis

² « Taki 183 Spawns Pen Pals ». *The New York Times*. 21 juillet 1971. page 37.

tient à leur capacité d'exprimer publiquement l'opinion de ceux qui n'ont pas, ou qui ont faiblement accès aux médias de masse. Ainsi, ils font vivre un embryon de démocratie directe, relativisent la force des pouvoirs en place » (Riout, 1985 : 15). Toutefois, le discours public n'est jamais pleinement démocratique, les grands canaux d'expression étant manipulés et réservés à certains privilégiés. La trace d'une singularité dérange, parce qu'elle échappe à tout contrôle de l'autorité. Semble-t-il que se permettre de prendre la parole est devenu un luxe, même en démocratie.

Pour clore cet aspect, on dira que le graffiti ne dérange pas tant par ce qu'il dit, mais simplement parce qu'il dit. C'est l'irruption d'individus anonymes dans la sphère publique, qui ne viennent pas tant salir ou détruire des biens importants, mais plutôt produire des discours, alors que leur rôle serait d'avaler bêtement ceux qui sont produits par les institutions dominantes : « Quelles sont, maintenant, les principales raisons, avouées ou non, de la criminalisation des graffiti [...] ? [...] Parmi les raisons les plus probables et les moins avouables, nous distinguons celle d'éviter le parasitage des discours officiels et commerciaux, et, en corollaire, de garder en ces mains le monopole du discours public » (Poisson, 1994a : 73).

Phénomène transformé en capital politique ou en occasion d'affaires

Pour comprendre comment les autorités municipales ont pu se servir du graffiti pour en tirer profits et avantages, il faut d'abord comprendre comment elles s'y sont prises pour que la population ait le graffiti en horreur. De concert avec les responsables des différentes sociétés de transport, les autorités élaborent certaines stratégies dans le but de manipuler l'opinion publique. Comme on le verra plus loin, la population en général déteste carrément les *tags*, alors que les œuvres plus élaborées et colorées, faisant preuve de recherche stylistique, sont mieux tolérées. C'est sur cette distinction que les autorités jouent, en faisant en sorte que le public n'entre en contact qu'avec les *tags* les plus détestables et qu'il ne voit jamais les œuvres de grande qualité : « Le graffeur Jeax notait que les plus belles œuvres réalisées sur les voitures dans les dépôts restèrent invisibles au public. La RATP les nettoya en priorité, laissant en circulation les rames rapidement taguées, cherchant par là à s'attirer le soutien des voyageurs dans sa lutte contre le "vandalisme" » (Bazin, 1995 : 194). Castleman rapporte une stratégie similaire pour la ville de New York. Le maire octroie le budget nécessaire à la MTA pour l'installation de clôtures et de fils barbelés autour des cours d'entreposage des trains, ce qui encourage tous les graffitistes à s'attaquer à l'intérieur des trains où ils ne peuvent pas démontrer leur plein potentiel, faute d'espace, de temps et parce que limités par les autres voyageurs. Comme le dit Bloodtea, « All they're doing is moving graffiti from the outsides

of the trains to the insides. It's the inside graffiti - the tags - that the public hates. All the mayor is doing is getting rid of the outside pieces that the public likes, the big colourful pieces » (Castleman, 1982 : 147). Nancy Macdonald, quant à elle, rapporte que les graffitistes londoniens ont remarqué que les trains couverts de *tags* et de *throw-ups* peuvent circuler facilement pendant six mois, tandis que ceux avec des grandes pièces impressionnantes sont mis en service seulement en cas de nécessité, parfois ils ne sortent jamais des dépôts. Les graffitistes comprennent que c'est pour éviter que les voyageurs voient ces pièces plus élaborées, qu'ils commencent à les apprécier et qu'ils finissent par se demander pourquoi tant d'argent est investi dans le nettoyage de si belles fresques, ce qui ne risque pas d'arriver avec les trains couverts de *tags*. En conséquence, les graffitistes usent de stratégie en graffitant un certain nombre de trains dans une même cour de façon à ce que la société de transport ne puisse pas tous les retirer du service. C'est en restreignant l'accès du public à certaines formes de graffiti que les autorités arrivent à l'en dégoûter. C'est une forme de censure qui nie ce que le graffiti a de mieux à offrir. Elles ne montrent que l'aspect le plus primaire du graffiti, exécuté dans les pires conditions et s'organisent pour nier l'existence de fresques très jolies témoignant d'un savoir-faire incontestable.

Outre les stratégies élaborées par les sociétés de transport, les médias jouent aussi un rôle important dans la représentation péjorative du phénomène graffiti. Barker soutient que les médias procèdent à une démonisation de tout ce qui touche les sous-cultures des jeunes :

« The media are said to latch onto a particular group of young people and label their behaviour as deviant, troublesome and likely to reoccur. That is, youth are labelled as contemporary "folk devils". The public response is a moral panic which seeks to track down and punish deviant youth culture. Young people respond with increased deviancy, so that a cycle of labelling, amplification and deviancy is set in motion » (Barker, 2000 : 336).

Présenter le graffiti comme un ennemi en fait certainement un sujet plus croustillant. Les autorités municipales emboîtent également le pas et décident de traiter le graffiti comme un problème social devant lequel elles doivent réagir. Par exemple, la théorie du carreau cassé développée par les chercheurs américains James Q. Wilson et George C. Kelling met en lien des dégradations mineures et le déclenchement de comportements délinquants. « The "Broken Window" theory, which states that unapprised disorder is a sign that no one cares and actually invites both further disorder and more serious crime, has been a cornerstone of the New York City Mayor's governing and crime fighting strategies » (Murray et Murray, 2002 : non paginé). C'est à cette théorie qu'adhère le maire de New York Rudolph Giuliani pour justifier sa lutte intense contre les graffiti. En créant ce climat de panique dans lequel la population s'indigne, les autorités s'obligent elles-mêmes à lutter contre le graffiti. Ferrell explique aussi que les campagnes anti-graffiti de Denver se basent sur une vision du

graffiti comme un problème construit par ceux qui peuvent tirer avantage d'un tel traitement du phénomène, plutôt que sur la nature du graffiti qui serait un problème réel. Il affirme même que ce n'est pas la perception d'un problème qui a amené la création des campagnes anti-graffiti, mais plutôt ces campagnes qui ont entraîné la perception du graffiti comme un problème. Les autorités créent à la fois le problème et les solutions reliés au graffiti pour pouvoir se positionner en tant que sauveur par la suite, un peu comme un mécanicien qui répare à prix d'ami vos freins soi-disant dangereux, alors que ceux-ci sont en parfaite condition. En additionnant la stratégie mise en œuvre par les sociétés de transport, la perception négative véhiculée par les médias et la condamnation faite par les autorités, les graffiti deviennent le signe d'une perte de contrôle de la part des autorités qui doivent alors réagir pour ne pas perdre leur crédibilité.

Mais pourquoi les autorités municipales cherchent-elles à tout prix à s'obliger à réagir devant une telle situation? Les actions justes et fructueuses d'un politicien ou d'un parti politique face à une situation donnée lui fournissent assurément un capital politique. Les maires des différentes villes traitent le graffiti comme un problème pour démontrer à leurs concitoyens à quel point ils sont à la hauteur devant une telle hécatombe. L'exemple le plus flagrant demeure celui fourni par Norman Mailer qui parle du maire Lindsay de New York et de son effort soutenu pour faire disparaître les graffiti. Deux principaux éléments le motivent dans ce dossier. D'abord, le fait que la ville de New York venait tout juste d'être équipée de nouvelles lignes de métro, longuement demandées et obtenues après maintes démarches, rapports et négociations, et que ces jeunes venaient saboter sans égards aux efforts déployés par l'administration municipale pour un tel développement. Ensuite, le maire Lindsay a songé se présenter à la présidence des États-Unis. Avec ce projet en tête, une attitude d'impuissance face à ce fléau urbain n'aurait certes pas jouée en sa faveur, d'autant plus que les citoyens jugeaient les graffiti comme des obscénités semblables aux écriteaux à connotations sexuelles que l'on retrouve dans les toilettes publiques, sans comprendre que ce n'était que des noms. Le maire n'avait pas le choix de réagir afin de s'attirer les faveurs de l'opinion publique, en pensant aux conséquences sur sa réputation, sa carrière.

Jeff Ferrell fournit aussi des exemples des avantages que représente la répression du graffiti pour l'administration municipale de Denver. Le maire en fait un outil en vue de sa réélection, en disant qu'un autre maire ne prendrait peut-être pas le problème aussi au sérieux. Également, plusieurs nouveaux postes ont été créés pour se pencher sur le problème, ce qui assure une visibilité et un prestige aux fonctionnaires concernés. Au-delà des avantages politiques, la campagne est également structurée de façon à servir les intérêts des hommes d'affaire et des propriétaires

immobiliers. Plusieurs entreprises commanditent la lutte au graffiti comme par exemple, la compagnie de peinture Benjamin Moore qui distribue la peinture servant à recouvrir les graffiti. Quelle incroyable opportunité de publicité! Et que dire des entreprises qui se sont vues octroyer les contrats de nettoyage des graffiti à travers la ville. Heureusement pour elles que les graffiti sont un problème à éliminer. Non seulement ces différentes entreprises qui voient dans le graffiti une occasion d'affaire siègent sur les comités mis en place par la ville, mais incitent véritablement la ville à investir de l'argent dans la répression du graffiti, soi-disant au nom de la volonté des citoyens. Pour résumer, tous ces efforts en vue de l'élimination des graffiti furent déployés moins pour la qualité de vie des citoyens que pour assurer un pouvoir économique et politique à certaines puissances et donner une occasion de consolider des relations d'affaires. Voilà donc une des principales raisons qui font du graffiti un crime.

Perception des autorités municipales

Le dernier point expliquant la criminalisation du graffiti repose sur la perception qu'ont les autorités municipales et les citoyens de ce phénomène et comment ils le traitent. La première composante qui entre en jeu dans la perception des graffiti est leur lien avec la naissance d'un sentiment d'insécurité, à ne pas confondre avec l'insécurité réelle en milieu urbain dont ne sont pas responsables les graffiti. À la question « pourquoi les tags font-ils peur? », les auteurs Félonneau et Busquets répondent que, « À l'inverse d'autres graffiti dont le sens est immédiatement intelligible, le tag exprime d'emblée l'exclusion du récepteur potentiel du message provoquant ainsi gêne, malaise et sentiment diffus d'insécurité » (Félonneau et Busquets, 2001 : 10). C'est donc parce qu'on ne comprend pas les graffiti de nature hip-hop, qu'on en est exclu en raison de leur caractère illisible, qu'ils symbolisent l'étrange et l'inconnu, qu'ils choquent et font naître la peur et le sentiment d'insécurité. Ce sentiment naît aussi parce que l'auteur du graffiti étant inconnu et invisible, la marque qu'il laisse devient le signe d'une menace qu'on ne peut pas bien cerner et identifier.

Il devient donc très clair qu'on se méfie des graffiti simplement parce qu'on ne les comprend pas. Se sentir exclu d'un phénomène inaccessible n'est certes pas rassurant, voire même irritant. Poisson rapporte d'ailleurs que, même pour les gens qui n'ont pas d'objection au graffiti en général, ceux qui sont incompréhensibles, en l'occurrence, les graffiti de type hip-hop, sont dérangeants. Ceci illustre donc toute la place qu'occupe la subjectivité dans le jugement des graffiti et comment l'incompréhension généralisée du phénomène est responsable de sa dépréciation : « L'incompréhension ouvre la porte aux conceptions erronées, réductrices et intransigeantes »

(Poisson, 1994a : 106).

L'attitude bornée et systématique des forces policières devant les manifestations de graffiti découle d'une lecture très étroite, où l'application dogmatique du règlement importe davantage que la compréhension du phénomène.

« Pour les agents des services de l'ordre, conformément à leur fonction, tout graffiti est une tache qui coûte cher à la collectivité lorsqu'il s'agit de la nettoyer, qui porte atteinte à la propriété privée, qui enlaidit le paysage, qui enfreint les règles de civilité, et qui finalement porte en elle les germes de la violence, quand elle ne la prolonge pas. Sa nature est intrinsèquement agressive. La loi ne fait pas de distinction entre les divers messages graffités [...] » (Bilodeau, 1996 : 152).

Pour les policiers et autres représentants des forces de l'ordre, la protection de la propriété privée semble prendre une importance capitale. D'autre part, il est évident que la police ne s'intéresse pas à la valeur artistique des graffiti. Ils demeurent honnêtes, car ils se disent incompetents en la matière, comme le dit le lieutenant Steve Mona du Vandal Squad de NYC : « I think all graffiti is vandalism. To me, none of it has any aesthetic value; it's all putting a mark on something illegally. I don't know what art is; I know what crime is. I'm not an art critic, I'm a cop » (Murray et Murray, 2002 : non paginé). Mais, comme mentionné précédemment, s'il ne peut pas être perçu comme de l'art, le graffiti devient automatiquement du vandalisme. Mais le graffiti peut-il vraiment être considéré autrement lorsque les instigateurs d'une campagne anti-graffiti (celle de Denver) prononcent ce genre de phrase : « The city cannot be an art critic? » (Ferrell, 1993 : 181).

Pour toutes les raisons énoncées dans le présent chapitre, les autorités municipales se rabattent sur leur conception du vandalisme pour y inclure le graffiti. « Les Vandales, hordes de germaniques qui envahirent et saccagèrent Rome, étaient réputés pour leur sauvagerie. L'Abbé Grégoire, que les dépravations commises par certains révolutionnaires scandalisent, forgea donc le mot *vandalisme*, avec le but avoué d'en inspirer ainsi l'horreur aux citoyens » (Riout, 1985 : 23). Les origines historiques du terme montrent que les choses n'ont pas tellement changé, le vandalisme étant considéré comme un geste de nature violente qui dégoûte la plupart des gens. Les criminologues affirment d'ailleurs sans équivoque que le vandalisme a des conséquences néfastes à tous points de vue : « Vandalism is unacceptable on every level. It looks bad, costs money, reduces the quality of life for those it affects, and often frightens people vulnerable to crime » (Geason et Wilson, 1990 : 8). C'est par son aspect incompréhensible que le graffiti crée un sentiment d'insécurité, dont la marque sera sanctionnée par les forces de l'ordre. C'est par cette perception et ce

traitement qu'on fait du graffiti une forme de vandalisme³.

³ Toutefois, un bémol mérite d'être apporté ici, car, même si le graffiti est taxé de vandalisme, il demeure dans une zone grise. Même les criminologues ont tendance à mettre le graffiti dans une classe à part au sein du vandalisme et à reconnaître sa nature artistique et les aspects positifs qu'il peut apporter : « Graffiti is not so clear-cut. Although it can be ugly, costly to remove and dangerous for its practitioners, it has some benefits for some people : it can look better than what it covers up; some slogans are funny; it is seen by some as a form of community art; and politically-motivated graffitiists like members of BUGA UP (Billboard-Utilising Graffitiists Against Unhealthy Promotions) see themselves fulfilling an important social function, a belief which is often upheld in court » (Geason et Wilson, 1990 : 8).

Chapitre 3

La marginalité inhérente au graffiti

Comme on l'a vu dans le chapitre précédent, plusieurs instances s'empressent de concevoir le graffiti comme un problème, que ce soit parce qu'il ne correspond pas à une certaine conception de l'art, qu'il sabote l'esthétique de l'autorité, qu'il parasite le discours public ou simplement parce qu'il représente une opportunité d'affaire. Cette façon de percevoir les graffiti en fait également un phénomène marginal, qui s'écarte des normes bourgeoises en vigueur, que ce soit au niveau artistique, au niveau moral ou par rapport à plusieurs conventions sociales. Les prochains paragraphes représentent bien l'expression chère aux graffitistes « *bomb the system* », signifiant que le graffiti veut créer une cohue. L'illustration de cette marginalité inhérente au graffiti rendra l'exposition ultérieure de sa hiérarchie et de ses codes internes encore plus percutante et étonnante.

Conceptions divergentes de la délinquance et du vandalisme

La conception rigide du vandalisme soutenue par les autorités municipales et les forces de l'ordre a déjà été exposée précédemment. La perception de cette même réalité est bien différente lorsque perçue par les graffitistes ou par les gens favorables au phénomène. Jean-Marie Marconot présente le graffiti comme une délinquance douce, d'inspiration non-violente. Par délinquance douce, il suppose que cette forme de léger écart de conduite face aux normes dominantes est davantage souhaitable que d'autres formes de crime plus sévères : « Au lieu de s'adonner aux drogues et aux violences physiques habituelles en société urbaine, vol et agression, des centaines de jeunes gens ont choisi une forme plus douce de délinquance [...] . Au lieu d'agresser les biens et les personnes, pour trouver de l'argent, ils s'en prennent aux murs et aux vitrines pour dire quelque chose » (Marconot, 1995 : 34). Marconot soutient que cette forme de délinquance mineure est moins grave que les autres, ce qui a pour effet immédiat la banalisation et la valorisation de la pratique du graffiti.

Le sociologue Jeff Ferrell, qui a participé à la création de graffiti dans l'illégalité lors de ses recherches sur le terrain, semble adopter un point de vue similaire à celui de Marconot. Il soutient que, même s'il a enfreint des lois, cela demeure tout de même moralement correct pour un sociologue, parce que le « [...] graffiti writing - a non-violent act which [...] threatens property values and aesthetic imperatives rather than human lives and liberty [...] » (Ferrell, 1993 : 28). Par contre, il juge ce type d'observation participante totalement inappropriée pour l'étude du viol ou de la pédophilie par exemple. C'est donc réaffirmer le caractère insignifiant et futile du graffiti qui, s'il est

un crime, est probablement parmi les moins sérieux.

Les graffitistes vont même plus loin dans l'attribution d'une nature légère à leur acte. Non seulement croient-ils, eux aussi, que le graffiti est préférable à d'autres types de crimes plus sérieux, mais ils croient que le graffiti les en éloigne, comme le dit Seb : « Le graffiti est un phénomène de société extrêmement positif. Je pense que s'il n'avait pas existé il y aurait beaucoup plus de jeunes en prison. Il a canalisé l'envie de faire des conneries de beaucoup de gens. Et même si ça reste considéré comme du vandalisme, ce n'est pas casser ni détruire, c'est embellir » (Bischoff et Malland, 2000 : 37). Autrement dit, s'ils n'avaient pas eu le graffiti pour les occuper et canaliser leurs énergies créatives, plusieurs jeunes auraient pu s'adonner au vol ou encore terroriser les vieilles dames dans la rue. Cette thèse a d'ailleurs déjà été brièvement illustrée au chapitre un, où l'on découvrait que le graffiti a éloigné des jeunes New-yorkais des gangs de rue criminalisés. Non seulement le graffiti est mieux que d'autres types de crimes, mais il est essentiellement bien, parce qu'il empêche dans une certaine mesure l'explosion de ces autres types de crimes.

D'autre part, la notion de vandalisme mérite d'être relativisée, puisqu'un certain niveau de dégradation précède généralement l'apparition de graffiti. Dans ce contexte, les graffiti n'ont pas grand-chose à détruire :

« [...] les quartiers négligés attirent les graffiteurs. [...] Là où le processus de gentrification est vif, comme c'est le cas dans le quartier du parc Lafontaine, le nombre de graffitis semble décroître d'année en année. [...] Mais la différence est nette entre quartiers propres et quartiers négligés. Le moins qu'on puisse dire c'est que si dans les articles de loi, dans la bouche des journalistes, des résidents ou des visiteurs de la ville, les graffiti sont associés au vandalisme, on est en droit de se demander de quel vandalisme il est question, celui par lequel notre attention est attirée ou celui qui a fait de ces espaces ce qu'ils sont » (Bilodeau, 1996 : 63).

Ce sont plutôt l'existence de ces quartiers pauvres et mal entretenus qui gênent la bonne morale et les autorités. Les graffiti ne sont qu'un symptôme d'une détérioration beaucoup plus vaste. D'ailleurs, plusieurs graffitistes new-yorkais en provenance du Bronx ou de Brooklyn affirmaient qu'il fallait connaître la réalité de ces ghettos pour comprendre et apprécier la venue du graffiti.

C'est dans ce contexte que les graffitistes perçoivent leur geste non pas comme du vandalisme ou une dégradation, mais plutôt comme un embellissement, comme le soutenait Seb un peu plus haut. De plus, la définition du terme *vandalisme* est recentrée par les graffitistes sur les effets concrets, plutôt que sur les effets de style, comme le dit Darco : « Par définition, le vandalisme consiste à détruire ou à détériorer des équipements. Au contraire, ce n'est pas parce que nous peignons un banc ou un mur qu'il devient inutilisable » (Roux, 1999 : A3). Et finalement, ceux qui

sont conscients du caractère illicite de leur geste se permettent d'enfreindre les règles établies au nom de l'art : « Le tagueur peut réviser ainsi sa position par rapport au préjudice causé en se définissant comme un artiste incompris et en considérant ses réalisations comme une forme d'art ayant du mal à se faire reconnaître. Bien entendu, les tagueurs savent parfaitement jouer de cette thématique en arguant du fait que tous les grands génies ont commencé par être incompris, voire persécutés! » (Félonneau et Busquets, 2001 : 89).

L'utilisation de supports non-traditionnels

La définition du graffiti proposée par Poisson et présentée en début de texte précisait que le graffiti doit provenir de sources non-officielles pour être qualifié comme tel. Ces sources non-officielles s'avèrent une alternative aux discours officiels et aux formes officielles de l'écriture. Bref, une alternative à la façon normale et courante de s'exprimer en société. Ceci comprend donc le choix des graffitistes de sortir des paramètres normaux de l'écriture et de l'art en utilisant ni papier, ni canevas pour réaliser leurs œuvres.

Pour certains, ce choix est pleinement conscient, puisque quelques graffitistes fondateurs possèdent une formation en art ou proviennent de ce milieu. C'est le cas des graffitistes émérites de Denver qu'a étudiés Ferrell. Leur pratique du graffiti se base sur un rejet de la tradition artistique de laquelle ils sont issus : « For these young artists, though, graffiti painting emerged not as a smooth extension of their artistic training, but out the contradictions and limitations they found there » (Ferrell, 1993 : 38). Certains reprochent à l'art institutionnel d'être trop structuré et à l'art commercial d'être trop restrictif. Bref, les formes canoniques auxquelles ils ont été initiés ne leur conviennent guère. Toutefois, ce choix conscient et lucide de désertier les formes dominantes de l'art n'est pas aussi évident pour ceux qui ne possèdent pas de connaissances en art. Par exemple, les jeunes de douze ou treize ans ne s'adonnent pas au graffiti dans le but avoué de sortir des paramètres dominants, puisqu'ils ne les connaissent même pas. Ils s'adonnent à cette forme d'expression parce qu'elle leur est accessible, donc justement parce qu'elle sort des frontières de l'art officiel, sans même qu'ils en soient pleinement conscients. Parce qu'il n'entre dans aucune catégorie de l'art établi, le graffiti est nécessairement marginal.

La forme graffitique s'avère un excellent choix pour quiconque veut sortir des paramètres officiels du discours, car au-delà de son contenu, le graffiti étant graffiti, il porte toujours et déjà un message dans sa forme. Une écriture non-officielle produite dans un endroit non conçu à cette fin attire l'attention simplement par sa présence : « Graffiter, c'est plus qu'utiliser une bombe-peinture

pour écrire un mot, une phrase, une pensée... Graffiter, c'est vouloir signifier que justement on écrit avec une bombe-peinture ce mot, cette phrase, cette pensée... » (Bilodeau, 1986 : 77). Le graffiti, par sa nature, propose la subversion des normes.

De plus, les supports ciblés par les graffitistes ne correspondent pas aux supports normalement réservés à l'écriture et à la peinture. L'utilisation des murs et des trains se présente comme un choix symbolique. Selon Guarini, le mur est le symbole de deux choses : d'abord de l'autorité et du pouvoir, et ensuite, des divisions du monde et de l'ordre. Tracer un signe sur un tel symbole devient donc lourd de sens et produit un effet beaucoup plus percutant que celui produit par un signe tracé sur n'importe quel autre support. « Un mur est donc surtout un signe, un fait de langage, une sorte de parole silencieuse, aphone, muette, un geste pétrifié qui dit et répète toujours la même chose : halte accès prohibé, sortie interdite, par ici on ne passe pas. En ce sens le mur pourrait être la forme primordiale de la prohibition et de la négation » (Guarini, 1991 : 8). Ceci explique pourquoi les graffitistes s'en prennent aux murs d'abord et avant tout : parce qu'ils sont le symbole par excellence de l'interdiction. Et qui dit interdiction, dit nécessairement autorité et pouvoir. Donc, par cet affront au symbole mural, on comprend qu'un des buts du graffiti est de jouer sur le terrain même de l'autorité pour mieux marquer son opposition au pouvoir.

Outre le mur, le train est également un support de prédilection pour les graffitistes, du moins pour ceux qui habitent des villes où les trains circulent en surface. Les trains sont eux aussi un symbole lourd de sens. Le célèbre graffitiste new-yorkais Lee raconte qu'il oeuvrait sur les trains, parce qu'ils sont tous identiques et que leur utilité est de transporter les gens au travail, comme des vaches à l'abattoir : « Subways are corporate America's way of getting its people to work. It's used as an object of transporting corporate clones. And the trains were clones themselves, they were all supposed to be silver blue, a form of imperialism and control » (Miller, 2002 : 109). C'est donc le symbole par excellence de l'aliénation urbaine et typiquement occidentale qu'on souhaite ridiculiser ou du moins humaniser. Pearlman, quant à elle, parlera du métro de New York comme d'un choix stratégique pour les graffiti : « It goes without saying that Graffiti Art was similarly predicated on the use of publicly visible spaces. The New York graffiti artists' choice of subway trains as the primary source for the display of their "pieces" was motivated by [...] desire to pitch their work to an audience including but transcending their peers » (Pearlman, 2003 : 98). Elle ajoute que c'est un choix particulièrement efficace, puisque les trains traversent littéralement la ville entière, ce qui multiplie les occasions d'exposition. Lorsqu'on pense que le but premier des graffitistes est d'acquérir une visibilité pour leur nom, aucun support ne surpasse l'efficacité du train.

Rejet du système capitaliste et de la notion de propriété privée

La première étape de la provocation adressée au système capitaliste s'illustre par la pratique courante du vol à l'étalage. Ce faisant, on dénie le pouvoir d'achat que procure l'argent. Castleman qui s'est intéressé au phénomène du graffiti à New York à la fin des années 70, découvre que l'exercice du vol est non seulement chose commune pour les graffitistes, mais qu'elle est même valorisée par le milieu. Les voleurs plus habiles fournissent à bas prix la peinture volée à leurs confrères - et rares consoeurs - moins subtils ou trop nerveux pour cambrioler des commerces. Castleman parle même d'un marché noir de la peinture en aérosol. Le système dominant est donc totalement boudé. Lorsqu'un graffitiste veut mettre la main sur un outil de travail (bombe aérosol ou marqueur) de couleur ou de marque spécifique qu'il n'arrive pas à voler, il se résout à le payer. Cependant, il n'avouera jamais devant ses amis avoir payé pour cet item, car à cette époque, la gratification passait aussi par le crime. Le graffitiste était admiré pour la collection de peinture qu'il amassait suite à des vols répétés.

Les auteurs James et Karla Murray affirment eux aussi que le vol de peinture était pratique courante aux origines du mouvement graffiti. L'un d'eux (Seen) raconte qu'il allait même voler du pain et de la charcuterie à l'épicerie pour se faire un lunch lors d'une escapade consacrée au graffiti. Jamais Seen et ses compagnons n'auraient investi d'argent pour s'adonner au graffiti illégal. Toutefois, la publication récente des Murray rapporte que les graffitistes d'aujourd'hui tendent davantage à acheter leur peinture et la partage avec leur *crew*. C'est aussi ce qui semble se produire à Montréal, puisque les graffitistes ne peuvent pas courir le risque de se faire arrêter pour deux délits. C'est donc très différent de l'époque où les graffitistes se faisaient respecter pour leur habileté à peindre autant qu'à voler.

Une chose qui ne semble pas changer à travers les différentes générations de graffitistes, est l'effritement de la notion de propriété privée. En fait, les graffitistes n'y pensent même plus.

« Des graffiteurs disent que les murs qu'ils choisissent ont souvent l'air de n'appartenir à personne. "Qui te dit que le mur appartient à quelqu'un?" La notion de propriété privée, une fois parvenue au niveau de la rue, dans le domaine de la centralité urbaine, semble perdre toute signification. Même si le mur appartient à quelqu'un, l'affaire est vite oubliée. Le mur est une surface publique dans un espace public, un espace qui n'est pas l'affaire de quelques individus mais celle de la ville. Les murs relèveraient du domaine public » (Bilodeau, 1996 : 111).

C'est une façon de nier les privilèges reliés au pouvoir de l'argent, qui donne normalement accès à la propriété dans le système capitaliste qui est le nôtre. On doit d'ailleurs remarquer que, en vertu de la définition de François Poisson reproduite au chapitre un, l'existence du graffiti implique qu'il soit

tracé sur un support non conçu à cette fin. C'est donc dire qu'aucun support n'est destiné à accueillir un graffiti, sans quoi il ne cadrerait plus dans cette définition. Aucun objet dans cet univers matérialiste ne peut satisfaire le graffiti, éternel nomade dans un monde où l'industrie s'empresse de combler tous nos besoins matériels. Faire en sorte que tout et rien lui convienne fait du graffiti un phénomène qui souligne son mépris du système capitaliste, qui ne pourra pas répondre à ses besoins, besoins qu'il arrive à combler seul, au-delà de la sphère de l'offre et la demande.

Ainsi, l'appropriation d'objets matériels divers qui sont la propriété d'une personne ou d'un organisme révèle un mépris pour le monde des objets, une boutade au système de consommation qui les produit. C'est également la conclusion que suggère Susan Stewart en disant que le graffiti est un affront, non seulement à la surface qui est prise d'assaut, mais surtout au système de pensée et au système économique qui donnent de la valeur à cette surface matérielle : « The analogy to the defacement of money is particularly apt, for graffiti is considered a threat not only to the surface upon which it is applied; it is considered a threat to the entire system of meanings by which such surface acquires value, integrity, and signification » (Stewart, 1987 : 168). En déniait la valeur monétaire et exclusive d'un objet, on dénie l'autorité et le crédit accordé au système où l'échange se traduit en terme de vente et achat. On verra en troisième partie de texte, qu'un autre fondement du graffiti est son absence totale et délibérée de valeur marchande. Le graffiti s'offre gratuitement et ne peut être assujéti à aucune transaction financière.

Chute des caractéristiques socioculturelles

Une autre facette héritage du système capitaliste, qui est supprimée dans le milieu du graffiti, est la chute totale des caractéristiques socioculturelles qui définissent habituellement chaque personne en société. Tous les auteurs consultés s'entendent pour dire que les jeunes qui pratiquent le graffiti sont d'origines ethniques multiples, et qu'ils proviennent de toutes les classes sociales et de tous les types de quartiers. Certains ont des parents professionnels, d'autres sont issus de familles de classe moyenne, alors que certains vivent dans la pauvreté. Aucun profil type du graffitiste ne peut être établi par les autorités policières en raison de la diversité qui qualifie leur association. Lorsque les policiers prennent conscience de ce fait, ils entreprennent la recherche de groupes de jeunes non-homogènes, ce qui est plutôt rare chez les adolescents.

Le premier article écrit sur le sujet du graffiti note déjà cette diversité des appartenances socioculturelles : « He [a Transit Authority patrolman] said he had caught teenagers from all parts

of the city, all races and religions and all economic classes⁴ ». Cette citation confirme que, dès le début, le graffiti n'était pas une affaire de classe sociale ou de groupes ethniques spécifiques, mais véritablement une affaire de jeunes. Ces jeunes oublient carrément les différences qui, dans un autre contexte, les auraient éloignés les uns des autres. Leur intérêt commun transcende l'appartenance à leur milieu d'origine. Gilles Boudinet arrive à ces mêmes conclusions. L'analyse de son échantillon de sujets lui permet de rejeter les stéréotypes associés à la classe sociale et aux quartiers pauvres. « Le tag offre déjà un espace où se rencontrent des populations diverses, et dont la seule unité n'est autre que l'état de jeunesse. La valeur avancée, associée à la culture Hip-Hop, est celle du métissage, d'un "*métissage entre tous les jeunes*" » (Boudinet, 2002 : 21). Ces valeurs qui régulent souvent nos rapports à autrui (selon la couleur de la peau, le statut social, le revenu, le niveau de scolarité, etc.) sont totalement évacuées de la sphère du graffiti, ce qui place d'emblée les individus sur un pied d'égalité⁵.

Repliement du signe linguistique

Le comble de la marginalité pour une écriture est d'arborer une forme qui défie les normes linguistiques permettant aux utilisateurs d'une même langue de se comprendre. Une langue repose sur une kyrielle de conventions et de règles qui doivent être respectées pour produire du sens et permettre la communication. Ces règles langagières sont probablement la convention la plus largement partagée et à laquelle tout un chacun se soumet, de façon pleinement volontaire dans un souci de cohésion, et que personne ne souhaite voir se désagréger. Ce lien ténu entre les individus et les choses qu'est le langage est lui aussi rompu par le graffiti hip-hop. Cette subversion de l'écriture fait de l'écriture graffiti un affront à l'unité du système linguistique : « Les graffiti seraient donc les traces d'une indiscipline : une archéologie de l'écriture et une déconstruction des codes graphiques que les enfants acquièrent tout au long de leur scolarité » (Guillain, 1993 : 50).

Mais comment s'y prend le graffiti pour renier les normes de l'écrit? Deux facettes sont visibles. D'abord, comme l'a observé Jacqueline Billiez, les graffitistes utilisent de nombreux symboles du langage écrit à des fins purement esthétiques, plutôt qu'aux fins sémantiques auxquelles ces symboles sont normalement réservés. Puisque ce n'est pas le sens qui prime, mais bien le style, on parle ici d'une créativité calligraphique qui ne respecte pas les codes établis du langage écrit :

« Les innovations calligraphiques et les ajouts ornementaux vont se porter sur tous les traits possibles pour embellir et enrichir la signature : la stylisation des lettres, des paraphes, le dérangement des signes de ponctuation, l'utilisation alternée des

⁴ « Taki 183 Spawns Pen Pals », *The New York Times*, 21 juillet 1971, page 37.

⁵ On verra plus loin que la hiérarchie dans le milieu du graffiti s'articule autrement que par les caractéristiques socioculturelles qui classent généralement les individus.

majuscules et des minuscules, le déplacement des signes diacritiques. Les variations répertoriées témoignent d'un usage non conventionnel, qui s'éloigne des fonctions habituelles de la signature ou au contraire les exploite jusqu'à l'outrance pour des effets stylistiques sans cesse renouvelés » (Billiez in Lucci, 1998 : 128-129).

Par exemple, ajouter des points sur des lettres qui n'en requièrent pas, utiliser des guillemets et des points d'exclamation un peu partout, mettre des trémas à l'intérieur des lettres font partie des déformations que fait subir le graffiti hip-hop à l'écriture. Les caractères du langage écrit qui permettent de former des signes sont utilisés de façon déroutante, d'une part pour se détacher de l'utilisation habituelle du langage et d'autre part, dans un but purement stylistique et esthétique. Le signe qui est alors créé devient plutôt un dessin tracé à l'aide des lettres de l'alphabet et de signes de ponctuation, et n'a pas de référent autre que le logo ou le pictogramme qu'il devient.

Ceci nous amène à parler de la deuxième facette du langage qui est déformée par l'écriture graffiti, soit la double épaisseur des signes (signifiant/signifié) qui est aplatie pour donner un signe opaque totalement replié sur lui-même. Le graffiti se présente simplement comme un signifiant qui n'a plus rien à signifier. « Irréductibles de par leur pauvreté même, ils [les pseudonymes] résistent à toute interprétation, à toute connotation, et ils ne dénotent rien ni personne non plus; ni dénotation ni connotation, c'est ainsi qu'ils échappent au principe de signification et, en tant que *signifiants vides*, font irruption dans la sphère des *signes pleins* de la ville, qu'ils dissolvent par leur seule présence » (Baudrillard, 1976 : 122). C'est ainsi que le graffiti arrive à court-circuiter l'ordre normal du discours linguistique. Cette observation du signe vidé de sens revient chez plusieurs auteurs, comme pour dire [sans dire] l'absurdité du monde et affirmer un mépris pour les règles les plus fondamentales.

Boudinet a étoffé cette théorie du repliement du signe linguistique chez les graffiti de type *tag*. Comme l'auteur le fait remarquer, le *tag* qui va à l'encontre des conventions linguistiques marque un percutant mépris de l'ordre :

« Incarnation du pacte même de l'ordre social, du "principe de réalité" et des obligations culturelles, il représente le Père symbolique : celui qui édicte le code de signification, qui "barre" et catégorise le sens, qui interdit et assigne le devenir culturel. Du fait de son procès métaphorique, le tag pourfend sauvagement le signe verbal par le symbole, lève toute possibilité de corrélation et suspend ainsi l'omnipotence du mot sur l'unicité du sens. Le déni de la Loi propre aux tags, s'il marque l'illégalité même de la pratique, s'opère en premier lieu à l'encontre du code linguistique, du Père symbolique » (Boudinet, 2002 : 99).

Boudinet réitère l'idée que le *tag* abolit la distinction signifiant/signifié en se positionnant comme un signe à une face, autoréférentiel, qui ne dit rien d'autre que son état de signe. Parce que le *tag* n'a pas de référent, il est un signe pour un signe, tel un logo, un signifiant sans signifié clair, sauf peut-

être pour les initiés qui connaissent l'auteur. « Si le tag attaque le mot, s'il combat la Loi verbale, il le fait par une opération que peut résumer la figure d'imbrication de la forme et du contenu, où l'économie du signe est abolie, où les signifiants sont détournés vers l'image et son vertige métaphorique » (Boudinet, 2002 : 141-142). L'auteur conclut en soutenant que le *tag* ne représente rien d'autre que l'autosymbolisation du graffittiste en train de taguer.

***Wildstyle* : signe d'une société secrète**

De tous les styles utilisés par les graffittistes, le *wildstyle* (cet enchevêtrement de lettres tordues doté d'une calligraphie exacerbée) est sans contredit le plus incompréhensible de tous. Même si, généralement, ils arrivent à se comprendre entre eux (et uniquement entre eux), certains graffittistes ont parfois du mal à lire les signatures de leurs confrères - et rares consoeurs - , tellement le niveau de stylisation rend les lettres indéchiffrables. Les recherches de Béatrice Fraenkel qui retracent l'origine des écritures dans la ville nous permet de tracer un parallèle intéressant entre *wildstyle* et groupes d'initiés : « Or, on sait que dans ces sociétés proche-orientales, seule une caste de scribes détient les savoirs de l'écrit. Les villes offrent aux regards des passants des messages qu'ils ne peuvent déchiffrer » (Fraenkel, 2002 : 19). Le *wildstyle* ressemble un peu à cette époque lointaine : ce qui était jadis réservé à une élite intellectuelle est maintenant réservé à une élite inversée, celle de la rue. Cette écriture à la calligraphie impénétrable témoigne d'une marginalité qui rejette encore une fois les codes de l'écriture normée, mais également d'un certain élitisme qui veut que ces écrivains soient réservés à une minorité possédant la clef pour les décoder.

Ainsi, la rupture avec les codes linguistiques, traitée dans le point précédent, se révèle aussi être la création d'une communauté : « La tag est à double face. Pratique interdite et anonyme, il rompt avec les règles sociales, les codes de la loi, la "réalité". Pourtant il est lui-même créateur d'un lien où se rassemblent ses adeptes, où se fédèrent ceux qui bravent les interdits » (Boudinet, 2002 : 29). C'est en ce sens que l'on peut parler de société secrète, puisqu'en se distançant des différentes normes en vigueur, ici sur le plan linguistique, la marginalité finit par regrouper des initiés qui partagent les nouveaux codes qu'ils auront bien voulu créer en vase clos.

D'ailleurs, les graffittistes se réjouissent de faire partie d'un univers *underground* et hermétique. Ils aiment à penser que les gens ne comprennent pas les graffiti qu'ils font, et ils aiment laisser planer le mystère sur leur petite société secrète : « Writers delight in and, as we will see, further encourage outsiders' ignorance. The subculture is all about standing apart and [...] building a

knowledge gap is one way of doing this [...] Knowledge is power, but it also creates a distance which makes writers feel segregated, superior and bonded » (Macdonald, 2001 : 154). Macdonald rapporte aussi une anecdote qui illustre fort bien à quel point les graffitistes se réjouissent de ne pas être compris du reste de la société :

« A young writer, apparently frustrated by the Transit Authority's victory over graffiti, sent a letter to the FBI threatening to "bomb" all the clean trains. To an insider, his intentions are clear - he was planning a graffiti blitz. The FBI, however, interpreted this message using their own frame of reference. They panicked, went to see New York's most prominent writers and begged them to talk "the bomber" out of blowing up the system. New York writers love this story because, again, it depicts outsiders as "out of the know" and out of their depth » (Macdonald, 2001 : 160).

Ils se définissent en utilisant l'appellation « nous », par opposition à « eux » qui réfère à la société normale qui ne comprend rien à leur clique énigmatique (*us and them*). Ils sont conscients que ce qu'ils font dérange et intrigue et ils aiment ça. Savoir qu'ils imposent leur art à la face du monde en négligeant volontairement toutes formes d'explication leur procure un sentiment de pouvoir. Après tout, comment le graffiti pourrait-il être marginal s'il était accessible à tous?

Toutefois, si les graffitistes disposent de moyens pour ne pas se faire comprendre par les non-initiés, ils recourent aussi à certaines stratégies lorsque leur message s'adresse à un auditoire plus large. Par exemple, les fresques commémoratives telles qu'étudiées par Cooper et Sciorra utilisent un lettrage clair, puisqu'elles s'adressent aux habitants du quartier où un drame a eu lieu. En outre, on remarque que les lettrages *wildstyle* se trahissent parfois de façon volontaire, un peu comme si l'auteur du graffiti voulait traduire son écriture dans un style plus intelligible. Billiez fait remarquer que cette situation ressemble étrangement aux signatures officielles qui doivent être accompagnées du nom dactylographié pour être compréhensibles : « Lorsque le graf offre un lettrage tellement enchevêtré qu'il risque de ne pas être déchiffrable, le signe est livré plus distinctement à un certain endroit du graf. Dès lors, s'instaure une règle de bigraphisme similaire à celle qui, dans les situations plus ordinaires, consiste, de nos jours, à accompagner les signatures potentiellement illisibles, du nom écrit plus lisiblement » (Billiez in Lucci, 1998 : 118). Ce double niveau d'écriture s'adresse à deux auditoires distincts ayant des compétences de lecture différentes. On peut aussi supposer que la présence de la signature lisible qui accompagne le lettrage *wildstyle* met en évidence que la circulation du nom risque d'être compromise, même à l'intérieur de la société secrète, par une calligraphie trop sinueuse. Billiez souligne aussi que cette deuxième occurrence du nom fait office de signature de l'œuvre, comme pour une toile.

Utilisation outrageuse de la signature

Tel que mentionné à quelques reprises, le contenu du graffiti de type hip-hop repose essentiellement sur la signature, le lettrage et la circulation du nom. Employer la signature comme unique objet de production est un symbole lourd de sens qui détonne par rapport à l'usage très formel de la signature dans la société occidentale. Le premier type d'usage qui nous vient à l'esprit est le domaine légal où la signature est essentielle et omniprésente. « En outre, elle appartient à ces signes dits de « validation » dont la fonction est de transformer un quelconque document écrit en acte juridique » (Fraenkel, 1992 : 7). C'est en 1554, sous Henri II, que l'on rend obligatoire la signature des parties sur les actes notariés, signe garant de leur validité. La force et le pouvoir de l'écrit viendrait d'ailleurs de son aspect juridique, son statut de preuve. Fraenkel précise ce pouvoir lié à l'acte de signature en disant que : « Il s'agit pour le scripteur d'accéder au pouvoir de l'inscrit. Ce pouvoir réside dans la capacité reconnue à chacun de faire en signant, mais aussi d'utiliser son nom propre pour agir. [...] L'inscription publique de son nom est toujours de l'ordre du privilège et révèle la puissance de son possesseur » (Fraenkel, 1992 : 12). C'est parce que la signature est liée au pouvoir, dans notre philosophie occidentale, que sa répétition *ad nauseum* par les graffitistes devient outrageuse. Ce type de symbole dont l'emploi est si réglementé ne se prête pas à un usage frivole, selon la bonne morale.

En outre, l'usage de la signature ne se limite pas qu'au domaine légal : le domaine artistique en fait aussi un symbole chargé de signification. C'est au 13e siècle qu'apparaît la signature dans le monde pictural par l'intermédiaire des peintres italiens qui signent leurs oeuvres non pas sur la toile, mais sur le cadre de celle-ci. La signature n'existait pas auparavant dans le domaine de la peinture, en raison du caractère sacré des images qui étaient peintes. Au 13e siècle, les peintres se laissent influencer par les orfèvres qui fabriquent des objets religieux, qu'ils ne se gênent pas de signer. De nos jours, si on ne se contente que de signer, c'est signe qu'il n'y a plus rien de sacré. D'ailleurs, Baudrillard affirme que la signature est responsable de la valeur commerciale de l'œuvre et que « la moindre atteinte à ce signe [...] est ressentie comme une atteinte profonde au système culturel lui-même » (Baudrillard, 1972 : 118-119). On ressent encore ici l'usage de la signature dans le graffiti hip-hop comme un sacrilège.

Art public

Le dernier point concernant la marginalité inhérente au phénomène graffiti, qui vient égayer la grisaille du béton, a à voir avec une conception de l'art gracieusement offert au public. On a vu que le graffiti ne cadre pas dans la définition institutionnelle de l'art, telle que formulée par Dickie. Sa volonté de prendre place en dehors des institutions et d'humaniser les murs renforce son caractère marginal. Les témoignages de graffitistes, que rapportent différents auteurs, illustrent que le graffiti est conçu comme un rayon de soleil qui vient illuminer la ville, une offrande qui ajoute de la beauté au paysage urbain, une forme d'art plus accessible que celui enfermé dans les musées. « Many graffiti writers believe that they are beautifying the city with their train painting and consider their writing a public service » (Castleman, 1982 : 71). Ils croient aussi procéder à une sorte de démocratisation de l'art, lequel apparaît ici en situation quotidienne, plutôt que dans un lieu de conservation qu'une fraction de la population fréquente, ce qu'Erod 2 confirme : « L'intérêt pourtant du graffiti en milieu urbain c'est que c'est gratuit par rapport à une exposition où tu vas payer cinquante balles à l'entrée. Tu es obligé de payer pour voir des œuvres, ça s'adresse toujours à une élite, alors que le graffiti s'adresse à tout le monde. C'est de l'art populaire, ou du moins citoyen, parce que pas uniquement cantonné aux quartiers populaires » (Bischoff et Malland, 2000 : 164).

De nombreux graffitistes talentueux soutiennent qu'ils pourraient grandement contribuer à la beauté de la ville s'ils étaient traités en artistes plutôt qu'en vandales. Lee va même plus loin en imaginant le potentiel du graffiti :

« If they didn't buff the trains, then every car would have a whole-car and the people would like that. It would be like Disneyworld on tracks, and be one of the serious things to see in New York. People would come from all over just to look at it. When the city designed the subway system they made bad choices on colors. The trains look really depressing painted silver-grey and blue. An effort should have been made to make them look good. Like the whole train I painted, I think a lot of people thought it was a test train to try out a new design and it made a lot of people think. If the subways were painted nice, it would make a lot of people very happy. Like you walk out of your house and you look at nice pieces and it eases your mind. The colors are alive so you feel alive with them. We've got to keep on painting the trains no matter what » (Castleman, 1982 : 177).

Lee propose que la ville y trouve elle aussi son compte, puisque vus sous cet angle utopiste, les graffiti représentent une source de revenus pour l'industrie touristique, contrairement à une source de dépenses pour leur élimination. On comprend que cette vision du graffiti comme un service public est totalement marginale, puisque le crédit qu'on souhaite voir accordé aux graffiti est un idéal bien naïf qui ne s'est concrétisé dans aucune ville.

Conclusion

Pour conclure ce chapitre traitant de la marginalité inhérente au graffiti, il ne faut pas oublier que la substance première de tout graffiti hip-hop - le nom - est toujours un déni symbolique de l'autorité. On sait que la grande majorité des graffitistes ont recours à un pseudonyme inventé et que très rares sont ceux qui œuvrent avec leur propre nom. D'un point de vue psychanalytique, cet auto-baptême correspond à la naissance d'une identité nouvelle typique de l'adolescence, mais surtout au rejet du nom du père, symbole suprême de l'autorité dès l'enfance. Se créer soi-même une identité, c'est aussi évacuer son bagage ethnique et social pour n'être soumis qu'à son propre joug.

De plus, l'illégalité qui teinte l'univers du graffiti est indissociable de l'expérience que vit le graffitiste. C'est d'ailleurs l'illégalité de l'acte qui contribue à sa popularité, comme quoi ce qui est défendu est toujours plus attrayant. « Graffiti writers have told me, time and again, that they do graffiti for the rush one gets when piecing or tagging illegally - a rush more exciting and pleasurable than any drug they know. And they emphasize that this feeling comes not from just being out at an illegal location, but from the act of painting itself, from the intersection of creativity and illegality as the paint hits the wall » (Ferrell, 1993 : 28). Être en marge de la loi fait partie du graffiti et lui permet d'atteindre un climax au sein de la marge, puisqu'il transgresse sciemment les normes dominantes explicites. Mais qui dit marginalité ne dit pas nécessairement anarchie. Une distinction s'impose.

André Reszler répertorie quatre principaux traits de l'esthétique anarchiste. Brièvement, il conçoit l'art comme une expérience, et attribue une place centrale au créateur qui sommeille dans chaque individu. C'est aussi un art antiautoritaire qui condamne l'élitisme associé à l'art, la vénération des artistes et les institutions rigides qui sont consacrées à l'art. Il incite l'artiste à s'engager et à ne faire aucune distinction entre l'art et la vie. Ainsi, l'art anarchiste est un art populaire, contrairement à l'art bourgeois qui est élitiste. Il se veut créé par le peuple et pour le peuple. C'est aussi un art qui préconise une mission sociale ou politique ainsi que la libération des contraintes de l'histoire de l'art.

Sans vouloir analyser en détail comment chacune de ces affirmations peuvent être appliquées ou non au graffiti, il faut remarquer que certaines ne collent pas du tout. Par exemple, le graffiti, en dépit de sa marginalité, n'est pas antiautoritaire, car il repose sur ses propres règles internes qui ne permettent pas de faire n'importe quoi, n'importe comment. Ce milieu comprend des maîtres,

implique une hiérarchie et des idéaux à atteindre. De plus, l'histoire, les légendes et les traditions sont très importantes pour les graffitistes et, comme on le verra dans la partie suivante, une panoplie de règles et codes entoure la pratique. Par conséquent, si le graffiti peut se montrer sous un jour marginal, il n'est certes pas disciple de l'anarchie. Bien au contraire, puisqu'il s'avère plutôt être une pratique hiérarchisée et très codifiée avec ses normes et règles internes.

Deuxième partie

**Le graffiti : Une sous-culture hiérarchisée et codifiée qui reprend
les valeurs et idéologies de la culture dominante**

Chapitre 4

Codes internes à la sous-culture

Respect

Le respect est la première valeur générale qui teinte le milieu du graffiti. Cette valeur surprend et frappe par son aspect très conventionnel qui détonne avec la marginalité apparente qui définit le graffiti. D'autant plus qu'en ne respectant pas la loi, la propriété privée, les normes de l'art, etc., les jeunes qui s'adonnent au graffiti semblent n'avoir de respect pour rien. Pourtant, il y a beaucoup de respect et d'admiration dans leurs rapports et dans leur pratique. En fait, ils respectent ce qui est important à leurs yeux, ce qui a de la valeur et ça, ce n'est pas la propriété privée, mais plutôt le travail artistique. Ce respect fondamental au milieu du graffiti s'articule en quatre axes : le respect des personnes, des œuvres, de la tradition et des maîtres.

Le monde du graffiti est régulièrement décrit par ceux qui y prennent part et par ceux qui l'observent comme une grande famille où tout le monde se connaît. Les graffitistes entretiennent des relations très amicales, malgré la compétition qui se joue entre eux. C'est d'abord et avant tout un climat de franche camaraderie qui s'installe dans chaque ville. Comme dans n'importe quelle sous-culture, chaque personne est à l'affût de ce qui se fait dans le milieu qu'elle fréquente. Voilà pourquoi tous les graffitistes se connaissent entre eux. Ils n'apprécient pas seulement faire des graffiti, mais aussi en voir de nouveaux, ce qui leur permet de connaître le travail et le pseudonyme de leurs pairs.

Une pratique très spécifique au milieu du graffiti et qui matérialise le respect voué aux pairs est la dédicace. Ce geste implique que, lorsqu'un graffitiste produit une œuvre (généralement un *piece*, le *tag* et le *throw-up* étant trop petits pour comprendre une dédicace), il ajoute une série de noms de graffitistes à qui il dédie l'œuvre en question. Il peut s'agir d'amis proches avec qui l'artiste s'adonne régulièrement au graffiti ou encore, de maîtres que l'artiste admire particulièrement et dont le savoir-faire l'a inspiré. Une première dédicace entraîne assurément d'autres en retour, ce qui crée un climat de respect d'admiration mutuel.

Ensuite, on l'a mentionné précédemment, le milieu du graffiti est rarement associé à la violence. Bien au contraire, les graffitistes se dissocient des activités violentes et criminelles des gangs de rue. Même s'il peut arriver que certains membres du milieu s'en prennent physiquement

l'un à l'autre, cette attitude est plutôt attribuable à un caractère agressif, plutôt qu'à un comportement généralisé au sein des graffitistes. Bien sûr, des batailles ont lieu, mais elles prennent place sur les murs. C'est ce qu'on appelle des *style wars* où deux ou plusieurs personnes entrent en compétition pour tenter de prouver leur supériorité artistique. Ainsi, ils règlent leur conflit de nature graffitique, en se servant du graffiti. Cette compétition où les réalisations d'un grand savoir-faire technique se succèdent ne fait qu'alimenter davantage le respect des graffitistes les uns envers les autres.

Comme les graffitistes admirent les compétences de leurs confrères - et rares consoeurs - , ils vouent une admiration presque sans borne aux graffiti des autres, du moins ceux qui sont bien exécutés. Ce respect pour les œuvres se traduit par une attitude bien particulière envers les réalisations d'autrui. Ainsi plusieurs comportements sont proscrits, notamment tout ce qui concerne l'atteinte à l'intégrité d'une œuvre. Ces comportements seront expliqués plus amplement dans la partie portant sur l'éthique. Un peu comme au musée, le visiteur se garde de toucher les œuvres exposées par respect pour la pièce et pour son créateur, certaines règles morales empêchent les graffitistes de dégrader le travail de leurs confrères - et rares consoeurs.

L'aspect mythique des origines du graffiti new-yorkais a été souligné précédemment. Tous les jeunes graffitistes des années 2000 connaissent ces origines ainsi que les grandes figures qui ont marqué l'histoire du graffiti de leur ville de résidence. Il faut dire qu'aujourd'hui, il existe nombre de publications sur le sujet, plusieurs revues dans différents pays, mais surtout énormément de sites Web qui se consacrent à la diffusion du phénomène à l'échelle mondiale. Le respect de la tradition s'illustre notamment par la connaissance et l'observance des règles tacites énumérées ici. Les graffitistes sont conscients qu'ils font partie d'une communauté et ils souscrivent volontairement aux codes d'honneur de cette communauté, tout en vouant un culte à l'histoire qui l'a forgée.

Par exemple, les graffitistes qui ne font pas partie de la génération fondatrice, celle qui a tout découvert par elle-même, reconnaissent l'héritage de leurs prédécesseurs et leur accordent beaucoup de crédit. On parle ici des innovations techniques et stylistiques et des morceaux de bravoure réalisés par certains maîtres. D'ailleurs, les livres, revues et sites Web consacrés au sujet regorgent de photographies d'archives, de témoignages de graffitistes émérites qui ont marqué leur génération et leur ville et retracent à leur façon l'histoire du phénomène : « Le fait que se perpétue ainsi le souvenir des noms de ceux qui ont marqué l'histoire du phénomène dénote l'existence d'une véritable tradition. Historiens de leur art, les graffitistes prennent leurs œuvres en photo, conservent les *piecebooks* qui contiennent leurs ébauches, dessinent dans les *piecebooks* les uns des autres »

(Poisson, 1994 : 125).

Le respect des pseudonymes déjà utilisés est une autre facette du respect de la tradition. Comme les pseudonymes sont inventés, leur nombre est infini et c'est pourquoi les graffitistes tolèrent très mal qu'un nom désigne deux personnes à la fois. Le premier individu à avoir utilisé un nom a préséance, et son pseudonyme est dès lors intronisé au temple de la renommée du graffiti. Toutefois, si l'emprunteur connaît la personne à qui appartenait ce nom à l'origine, l'emprunt sera perçu comme un hommage au travail du prédécesseur et le témoignage d'une grande admiration. Par contre, si l'emprunteur ne connaît pas personnellement l'individu qui a d'abord utilisé ce nom, son acte sera perçu comme un vol d'identité intolérable. Dans la mesure où la circulation du nom est centrale dans le monde du graffiti, deux graffitistes (surtout s'ils sont de la même ville) ne peuvent pas avoir le même nom. De nombreux Européens reprennent les noms de graffitistes célèbres de New York (Delta, Daze, etc.), ce que les New-yorkais n'approuvent absolument pas. Une alternative qui s'offre aux graffitistes en manque d'imagination est d'ajouter un chiffre à un nom existant pour créer une dynastie. La création d'un nom original est donc un élément très important de cette sous-culture, par rapport au respect des prédécesseurs et de la tradition.

Le dernier axe du respect interne à la sous-culture du graffiti concerne le respect des maîtres, et s'imbrique avec deux des précédents axes consacrés au respect, soit le respect des personnes et de la tradition. Le respect des maîtres désigne la considération vouée aux graffitistes plus âgés, plus expérimentés qui ont marqué le milieu par leur style et leur savoir-faire. Ces maîtres représentent un idéal à atteindre pour les plus jeunes. L'importance de la communauté se reflète ici aussi, car les graffitistes inexpérimentés doivent observer leurs confrères pour apprendre les rudiments de l'art auquel ils comptent s'adonner. Cet enseignement se déroule plus spécifiquement dans le cadre d'une relation de tutorat, où les maîtres prennent un néophyte sous leur aile pendant sa période d'apprentissage. En ce sens, la transmission des connaissances se fait selon un mode très traditionnel qui rappelle l'institution scolaire. Le graffiteur qui se trouve au bas de la hiérarchie interne passera par un apprentissage initiatique. Les novices assimilent les techniques de leur art en observant et en côtoyant des maîtres qui vont déléguer certaines tâches mineures, telles que le remplissage de grandes surfaces monochromes. À ce stade, les néophytes restent dans l'ombre et ne signent pas leur nom. Avec cette expérience de base, les apprentis vont graduellement développer leur propre style. « Masters writers will frequently have one (perhaps a younger brother) or even a large group of young protégé whom they will bring along. Writers seem to enjoy the role of teacher and take pride in the accomplishments of their students, as well as take pleasure in the admiration and respect they receive

from them » (Castleman, 1982 : 24). Les aspects connexes tels que l'ancienneté et la notoriété sont aussi une source de respect, puisque c'est la position idéale à atteindre pour chaque graffittiste. Ceux qui l'ont atteint récoltent admiration et gloire.

L'éthique

Certains comportements sont proscrits au sein de la communauté graffitique. Ces proscriptions touchent les endroits où peuvent moralement être tracés des graffiti, le traitement que réservent les graffitistes aux œuvres d'autrui (un code d'honneur dont les commerçants profitent) et finalement l'interdiction de copier le style de quelqu'un d'autre. Cette affluence de règles et codes tacites étonne encore une fois et se démarque totalement de la vision marginale que dégage le graffiti. On a vu que les graffitistes prennent plaisir à enfreindre la loi, à sortir de certaines normes établies, mais ce n'est que pour mieux se soumettre à des codes précis qui réglementent l'exercice du graffiti urbain. Quel paradoxe : une éthique qui encadre un phénomène illégal.

Même si les graffitistes, en général, n'ont pas de problèmes de conscience suite à la violation de la propriété privée à laquelle ils s'adonnent régulièrement, ils considèrent qu'apposer des graffiti sur certaines surfaces précises est intolérable. « De fait, une autodiscipline et une sanction interne se sont installées dans le monde du graffiti. Ceux qui ne respectent pas le code, qui taguent n'importe où et se mettent au graff simplement parce que c'est la mode, sont condamnés par les "vrais" graffiteurs » (da Silva, 1998 : 9). L'éthique de ces « vrais » graffitistes condamne notamment la souillure de tout ce qui a un caractère sacré. Par exemple, le saccage de pierres tombales ou toute forme de graffiti dans les cimetières est perçu comme un sacrilège et nuit à l'image et à la pratique du graffiti en général, qui n'a pas pour objectif premier et avoué de détruire. Dans le même ordre d'idées, les graffiti sur les églises sont aussi à proscrire, tout comme les graffiti tracés sur des monuments ou des bâtiments historiques. Aussi, même si les graffitistes apprécient les moyens de transport comme support à leurs œuvres, ils ne s'en prennent pas aux véhicules de particuliers. Ce type de graffiti n'est qu'une nuisance qui amplifie l'aversion envers le mouvement graffiti. Les graffitistes qui font preuve d'éthique et de discernement n'endossent pas ce type de comportement haineux et destructeur.

Outre ces interdictions claires quant aux endroits qui sont carrément proscrits, une éthique plus large a aussi sa place dans la mentalité des graffitistes. Ils choisiront instinctivement des quartiers défavorisés dont l'apparence laisse à désirer. Les quartiers aisés et les nouvelles

constructions sont rarement la cible de graffiti. Les graffitistes font preuve d'une éthique particulière en choisissant généralement des endroits déjà quelque peu délabrés, pas trop neufs ou trop propres. Ils veulent que le graffiti s'insère (« fit in », pour reprendre l'expression de Ferrell) dans l'ambiance de l'endroit et qu'il y ajoute de la beauté. Aussi, c'est parfaitement vrai qu'un premier graffiti en attire d'autres. Les graffitistes optent généralement pour des murs où il y a déjà des graffiti, plutôt qu'un mur propre, parce qu'un endroit où il y en a déjà assure une visibilité au nouveau graffiti, puisque d'autres graffitistes passent par là. De plus, il court la chance d'y demeurer plus longtemps, les graffiti antérieurs étant la preuve que le propriétaire du mur n'est pas trop pressé de les effacer. Bien entendu, la présence d'un premier graffiti rend la création des graffiti subséquents moins répréhensible d'un point de vue moral. La présence d'un graffiti est perçue comme une permission tacite par les graffitistes.

Pour certains, ce volet éthique peut s'étendre jusqu'aux types de graffiti qu'il est permis de tracer. Je fais ici référence aux règles imposées aux membres de la section française de la Zulu Nation. Fondée par Afrika Bambaataa, cette bande d'origine new-yorkaise propose à ses membres de pratiquer le graffiti de nature artistique, en empruntant des formes plus élaborées telles que le *piece* et condamne les simples *tags*. Cette interdiction de faire des *tags* n'a pas toujours été en vigueur au sein de la Zulu Nation française : elle remonte seulement à 1988. Auparavant, les Zulus se servaient des *tags* comme d'une forme de publicité, pour se faire connaître et pour imiter leurs ancêtres. Toutefois, être associé à ce type de graffiti leur donne une mauvaise réputation, ce qui a pour conséquence de compliquer l'organisation d'événements. C'est pourquoi les membres ne peuvent plus en faire.

Ensuite, l'attitude face aux graffiti d'autrui rejoint beaucoup le respect des œuvres énoncé précédemment. Bien que les autorités municipales ne se gênent absolument pas pour effacer ou recouvrir les graffiti lors de leurs opérations de nettoyage, un comportement similaire de la part d'un graffittiste est un affront insupportable. En règle générale, on ne s'approprie pas une surface murale où se trouve déjà un graffiti. La règle d'or dit qu'on ne doit pas « passer par dessus », à moins d'avoir de bonnes raisons, parce que ce geste est perçu comme un crime et un manque de respect total. Par contre, faire un *piece* par dessus un *tag* est tolérable, puisque le *piece* a une plus grande valeur artistique. En ce sens, le *going over* peut être compris comme une forme de critique exprimée par les pairs, qui pourrait même tenir lieu de conseil à l'endroit d'un graffittiste inexpérimenté qui verrait un graffiti malhabile censuré. Il comprendra alors en voyant l'intégrité de son graffiti bafouée qu'il n'était pas à la hauteur.

Lorsque certains graffitistes décident d'adopter ces comportements appelés *dissin* (« disrespecting », non-respect), c'est qu'ils veulent faire comprendre quelque chose à un condisciple. Par exemple, ajouter son nom en haut d'un *tag* préexistant signifie « je suis meilleur que toi » et le répéter plusieurs fois consiste à lancer un défi à l'autre. La rayure (*cross out*) d'un *tag* est la pire insulte que puisse trouver un graffitiste pour dénigrer le travail d'un condisciple. Souvent, ce genre d'insultes dégénère en guerre où les rayures se succèdent. Tout comme le *going over*, le *cross out* peut signifier une opinion exprimée à l'endroit du graffiti, une forme de censure qui discrédite le travail d'autrui. Bref, à moins de vouloir affirmer sa supériorité dans certaines circonstances précises, les graffitistes ne touchent pas au travail des autres. Ceux qui ont beaucoup de talent et d'expérience voient leurs œuvres demeurer parfaitement intactes, parce qu'elles inspirent le respect.

Les commerçants comprennent bien vite comment fonctionne ce code d'honneur qui régit la pratique du graffiti. Ils savent pertinemment que si un des murs extérieurs de leur commerce est la proie de nombreux graffiti de type *tag*, ce qui ne manque pas de repousser la clientèle, la meilleure solution pour les faire disparaître est de combattre le mal par le mal : en embauchant des graffitistes talentueux pour réaliser une murale. C'est en s'intéressant à ce phénomène que le journaliste Patrik Gilbert a rédigé un article intitulé « *Des graffitis pour éviter d'autres graffitis* » et dont le titre seul illustre parfaitement la situation. Effectivement, en permettant la création d'une murale de type *piece* ou de type *production*, les commerçants sont assurés de ne plus voir les *tags* proliférer sur leurs murs extérieurs, car les graffitistes n'oseront pas apposer leur signature sur une œuvre de grande qualité. Par respect pour sa qualité artistique, la murale rémunérée demeurera intacte. On se sert donc des graffiti pour éviter leur apparition indésirable. Toutefois, certains commerçants peuvent être l'objet d'une machination de la part des graffitistes qui vont s'arranger pour forcer leur embauche : « Other crews have thought of more unconventional methods to obtain permission for a mural. They will continually trash a wall with tags and throw-ups until the business gives in and lets them "clean it up" with an artistic production » (Murray et Murray, 2002 : non paginé). Ils font apparaître un problème de *tags* à répétition pour mieux débarrasser le commerçant de ce problème par la suite.

Le dernier point relevant de l'éthique est la défense de copier un style. Effectivement, chaque graffitiste possède son style bien particulier qui le distingue des autres et qui lui rapporte de l'admiration. Comme ce style définit toute l'identité esthétique de chaque graffitiste, il doit donc demeurer singulier. Malheureusement, certains graffitistes en manque d'imagination vont s'inspirer de façon trop explicite du style qui se dégage des œuvres d'un confrère. Copier le style de quelqu'un (*biting*), c'est d'abord affirmer son manque de talent, mais c'est aussi une marque de non-respect

envers les efforts de celui dont on s'approprié le style. Le plagiaire s'expose à des représailles. C'est tout de même surprenant de découvrir qu'un système de droits d'auteurs tacite est en place dans un monde où le geste est déjà illicite.

Hiérarchie

On a vu que les caractéristiques socioculturelles qui priment dans la société en général s'éclipsent au sein de la communauté graffiti. Toutefois, il est important de mentionner qu'une hiérarchie prend place, même si elle n'est pas basée sur des repères habituels. Il s'agit plutôt d'une hiérarchie qui s'articule selon la complexité des œuvres, les accomplissements des graffitistes et le climat de compétition qui alimente la poursuite d'idéaux.

La première instance qui structure les rapports entre graffitistes est la bande (*crew*) à laquelle ils appartiennent. Ce type d'association se fait sur une base purement amicale, dans le simple but d'avoir de la compagnie lors des expéditions nocturnes consacrées au graffiti. Travailler en groupe a aussi l'avantage d'accroître la sécurité, puisque certains membres sont affectés à la surveillance des alentours. Les membres d'une bande peuvent également obtenir de l'aide pour réaliser des œuvres qui requièrent plus de temps, quand ils ne font pas carrément une œuvre collective à grand déploiement. Bien entendu, ce type de groupe sert aussi de lieu d'apprentissage pour les graffitistes moins expérimentés. Ces *crews* portent généralement un nom qui sera ajouté au pseudonyme de chacun des membres, tel un nom de famille. Toutefois, cette première structure est plutôt informelle, amicale et ne présente pas de hiérarchie interne. La hiérarchie s'étend plutôt à la communauté graffiti d'une ville entière et non pas à l'intérieur d'un groupe de graffitistes comme tel.

Les différents types d'œuvres que regroupe le graffiti hip-hop ne sont pas tous de valeur équivalente. Elles sont plutôt classées selon leur niveau de recherche artistique, leur complexité stylistique, leur difficulté d'exécution, le temps requis pour leur réalisation et le risque encouru. Selon ces quelques critères, le type d'œuvre le plus simplet et le plus accessible est sans contredit le *tag*. Il consiste en une signature simple, de taille réduite et monochrome, tracée à l'aide d'une bombe aérosol ou d'un marqueur en quelques secondes⁶. Tous les graffitistes s'y adonnent au commencement de leur carrière, puis certains l'abandonnent pour relever de plus grands défis.

⁶ Voir figures annexées en pages x et xi.

Le deuxième type d'œuvre qui se place juste au-dessus des *tags* dans la pyramide des graffiti hip-hop est le *throw-up*. Il demande un peu plus de temps et une plus grande maîtrise du lettrage, puisqu'il couvre une plus grande superficie. Il nécessite également deux couleurs de peinture : une pour le contour et une autre pour le remplissage⁷. Le *tag* et le *throw-up* sont les types de graffiti les plus courants et les plus nombreux dans toutes les villes du monde.

Le *piece* (aussi appelé graffe en français) est un idéal à atteindre pour la plupart des graffitistes. Il consiste en une réalisation de grand format qui requiert plusieurs couleurs et comporte généralement deux ou trois dimensions. Le lettrage est percutant, l'agencement des couleurs minutieusement choisi, les motifs témoignent d'un savoir-faire évident. On peut même y adjoindre des personnages ou autres dessins. L'élément central demeure toujours le nom, mais il commence à se perdre dans tous les éléments stylistiques ajoutés⁸. Il va sans dire que ce type d'œuvre requiert une préparation préalable, beaucoup plus de temps d'exécution et qu'il est accessible seulement aux graffitistes expérimentés qui contrôlent bien leur outil de travail sous pression :

« [...] [L]’investissement et le risque sont plus importants pour un graffe que pour un simple tag : achat de matériel, temps passé au repérage du lieu et à la conception du graffe, dangers encourus lors de la réalisation. Toutes ces difficultés augmentent la valeur d’un projet, et il faut les dépasser pour être certain de réussir l’œuvre, ce qui fait dire à Soly [un graffitiste novice] : “on a plus de chance de se planter en faisant un graffe” » (Marconot, 1995 : 94).

Voilà pourquoi ce type d'œuvre apporte plus de prestige que les autres.

Néanmoins, les *pieces* ne sont pas au sommet de l'échelle. C'est plutôt les *productions* qui volent littéralement la vedette, même si elles sont très rares. Les *productions* consistent en une succession de *pieces* faits par plusieurs graffitistes expérimentés et talentueux sur un immense mur, au même moment et sur un même thème. Plusieurs noms se côtoient sur un arrière-plan savamment peint et sur lequel on peut ajouter tous les éléments décoratifs voulus⁹. Ce genre d'œuvre est généralement créé avec la permission du propriétaire du mur, car son exécution requiert des jours, des quantités de peinture impressionnantes et parfois même des échafaudages. Les graffitistes qui participent à ce genre d'œuvre sont considérés comme des professionnels dans le milieu.

Pour finir, cette hiérarchie des œuvres, qui est très claire et partagée par tous au sein de la culture graffiti, se retrouve également dans la société en général. Effectivement, un rapport de la Ville de Montréal qui traite du sujet rapporte que la perception du public semble discréditer les *tags*, alors que les *pieces* sont beaucoup mieux tolérés : « Par ailleurs, la consultation confirme notre

⁷ Voir les figures annexées en pages xii et xiii.

⁸ Voir les figures annexées en pages xiv, xv et xvi.

⁹ Voir les figures annexées en pages xvii et xviii.

perception : les tags sont beaucoup moins tolérés (84%) que les graffiti élaborés (35%)¹⁰ ». Le public en général, même défavorable au phénomène du graffiti, reconnaît donc lui aussi que les *pieces* rendent compte d'un travail artistique.

Une forme de hiérarchie s'installe aussi entre les individus qui pratiquent le graffiti, suivant leurs accomplissements. Pas si surprenant quand on sait que dans la culture hip-hop tout passe par le respect, la gloire et la compétition. Les personnes qui se trouvent au sommet de la hiérarchie sont donc les plus respectées et elles ont gagné ce respect par des accomplissements bien précis. Plusieurs auteurs utilisent le terme « carrière » pour définir le parcours initiatique de ces jeunes hors-la-loi. Tout le monde commence au bas de l'échelle et doit faire ses preuves. Félonneau et Busquets comparent la « carrière » du graffitiste à l'apprentissage d'un métier, rien de moins. Macdonald, pour sa part, procède à la description d'une carrière-type dans le monde du graffiti, afin de démontrer à quel point cette sous-culture est hautement structurée. Elle soutient que cette carrière de déviant (*deviant career*) peut être comparée à une carrière honorable (*legitimate career*), simplement par la hiérarchie qui structure la sous-culture du graffiti : « Standardized stages of activity define graffiti writers' developments and position them within a form of hierarchy. Just like an employee in a large company, writers start their careers at the bottom rung of this ladder and, through hard work, try to move up. The higher they rise, the greater the apparent rewards » (Macdonald, 2001 : 64). Pour Macdonald, le graffiti est une culture de « fame, respect and status »; « The graffiti subculture has its own status structure, its own criteria for placing individuals on this and its own symbolic, but highly valued, rewards » (Macdonald, 2001 : 68).

L'évolution de cette carrière à laquelle se consacre les graffitistes passe par le *getting up*. Cette expression renvoie aux efforts soutenus que doit fournir chaque graffitiste débutant et inconnu (*toy*) pour se faire remarquer dans la ville, après avoir longuement exercé sa signature sur papier. Le *getting up* consiste en quelque sorte à faire sa marque, à faire connaître son nom dans le milieu, dans le but d'obtenir la reconnaissance des pairs. Mais cette reconnaissance ne s'obtient pas de façon instantanée, les graffitistes doivent s'armer de patience pour attirer le regard des autres. Le principal aspect qu'implique le *getting up* est la multiplication exponentielle des signatures. Au moment où on veut simplement obtenir une visibilité sur la scène du graffiti pour sortir de l'anonymat, le style importe peu, c'est véritablement le nombre élevé qui compte. Certains répètent le même *tag* jusqu'à 10 000 fois! Plus le nom sera vu aux quatre coins de la ville, plus le graffitiste se construit une notoriété. À cette étape, le nombre passe avant le style, car il faut d'abord et avant tout se faire voir,

¹⁰ _____, *Graffiti, "tags" et affichages sauvages : Bilan de activités 2001 et Plan d'intervention 2002*, Ville de Montréal Publications officielles février 2002 (Préparé par Nicole Sophie Viau) page 7

une seule signature très stylisée n'avance à rien, car personne ne la verra.

C'est par cette épreuve initiatique que le *toy* peut aspirer à devenir un *king*, le but ultime de tous les graffitistes de ce monde. Un *king* est, bien entendu, un graffitiste connu et respecté par ses pairs, qui a réussi à faire circuler son nom à grande échelle tout en y ajoutant du style, et en faisant preuve d'une grande maîtrise technique. Une fois sorti de l'ombre, le graffitiste doit pouvoir démontrer un certain savoir-faire, en plus de maintenir une cadence de production étourdissante. Celui qui aspire au titre de *king* peut s'autoproclamer en ajoutant une couronne à sa signature, pour revendiquer qu'il est le meilleur. Puisque tout le monde y aspire, ce titre est constamment contesté. De fait, il passe continuellement d'une personne à l'autre. Rendu à ce niveau, le sommet de la hiérarchie sera atteint par celui qui fait preuve d'audace dans ses réalisations. Le *king* ne peut plus se contenter de faire de simples *tag*. Il doit aussi impressionner par de brillants *pieces*. La hiérarchie des œuvres vient structurer la hiérarchie des individus, car le statut découle des réalisations de chacun.

Toujours dans le but de grimper dans la hiérarchie interne, les graffitistes s'adonnent constamment à une compétition où chacun démontre ses habiletés pour susciter l'admiration. Ce climat de saine compétition est d'ailleurs très caractéristique de la culture hip-hop en général : « Le *défi* est une manière positive de détourner les luttes violentes et l'idéologie de la réussite dans un engagement constructif. [...] La reconnaissance par les membres du groupe et du mouvement hip-hop ne s'obtient pas par la force, l'argent ou les jeux de pouvoirs mais par la qualité de l'œuvre artistique et la virtuosité avec laquelle elle fut accomplie » (Bazin, 1995 : 30). Les jeunes se prouvent quelque chose à eux-mêmes, en démontrant leurs habiletés à leurs pairs. Comme le dit le graffitiste Alex : « Le graffiti est pour moi une identité qui s'exprime dans la rue, un moyen d'affirmer sa valeur et sa dextérité aux yeux de tous et notamment à ceux de nos pairs. Le but est que la barre soit la plus haute possible à chaque fois, que son graff surpasse les précédents et ceux des autres graffeurs; c'est une histoire d'égo en fait » (Bischoff et Malland, 2000 : 27).

Dans cette perspective, un graffitiste ne peut jamais faire un graffiti de façon totalement désintéressée. Même s'il le fait pour le plaisir, les réactions des autres demeurent toujours en avant plan. Ce climat de compétition amicale qui teinte la pratique du graffiti de façon informelle peut aussi prendre la forme d'une compétition organisée. Par exemple, Miller mentionne l'existence d'une compétition particulière appelée la compétition des *B*, où à chaque semaine ceux dont les noms commencent par la lettre B (Butch, Bic 149, Bloodshed 216, Banet 1) se livrent un combat mural

pour juger qui innove le plus avec cette lettre. C'est dans cette atmosphère que les innovations se succèdent et que la hiérarchie est sans cesse redéfinie, en vertu des accomplissements de chacun. L'atteinte de la gloire ne peut s'articuler qu'à l'intérieur d'une hiérarchie.

Critères d'évaluation

Puisque tout un chacun aspire à une certaine notoriété dans le monde du graffiti, on doit pouvoir juger de la qualité des œuvres, au-delà de la hiérarchie typologique énoncée ci-dessus. Des critères objectifs doivent établir ce qu'est un bon graffiti, afin de juger du mérite de son auteur. « Pour les graffeurs, il existe deux moyens de se distinguer de la masse : l'originalité et la quantité de graffitis visibles par le plus grand nombre, sachant que l'amalgame des deux représente un certain idéal de réussite dans le mouvement » (Bischoff et Malland, 2000 : 9) Les graffitistes possèdent leur propre barème critique, composé de critères précis. Parmi les normes de ce que constitue un bon graffiti, on retrouve la qualité du lettrage, le style, l'absence de coulures, les innovations techniques, le type d'œuvre et leur quantité ainsi que le facteur de risque qu'engendre la création de l'œuvre.

Différents types de lettrage existent, comparables aux polices que l'on retrouve dans les différents programmes de traitement de texte. La plupart de ces lettrages ont été inventés au cours des années 70, époque où tout était à faire dans le domaine du graffiti. À cette époque, l'originalité du lettrage était centrale et toute innovation en la matière était fortement remarquée. Ces différents styles d'écriture ont des noms distincts : « The only style names that are in general use are "bubble letter", fat, rounded letters that were designed and named by Phase II; "3-D letter", block letter with a tree-dimensional appearance, first use by Pistol I; and "wild style", a name used to describe almost any "unreadable" style » (Castleman, 1982 : 25). Aujourd'hui, c'est plutôt la maîtrise d'un lettrage constant et soigné qui est apprécié, car les nouveautés à ce niveau sont rares, même si elles demeurent très appréciées.

Le style recoupe un peu les préoccupations énoncées dans le paragraphe consacré au lettrage, sauf que le style est plus personnel et unique. Chacun développe son propre style et son auteur est facilement identifiable pour les experts. L'aspect stylistique est important, surtout pour les *pieces*, puisque ce type d'œuvre est appréciée pour ses qualités esthétiques, plutôt que pour son nombre élevé, comme c'est le cas pour les *tags*. Le style peut s'exprimer par plusieurs éléments : « Detailing accessories such as shadowing, highlights, overlapping letters, three-dimensional effects, fading, arrows, sparkles, stars, characters, backgrounding and colors scheme are all taken into account in the

overall assessment of the piece » (Macdonald, 2001 : 82).

Les coulures désignent simplement une ligne de peinture qui dégouline le long du mur ou du train. Une coulure apparaît lorsque le graffittiste fait sortir trop de peinture pour couvrir un endroit donné. La peinture ne peut pas adhérer au support, alors elle coule. Un maniement de la bombe qui manque d'assurance et de rapidité est souvent responsable de l'apparition de coulures. Trop de peinture est projetée au même endroit, parce que la main du graffittiste ne se déplace pas assez rapidement. D'autres motifs sont parfois évoqués pour justifier la présence de coulures : une peinture de mauvaise qualité, un support trop lisse sur lequel la peinture glisse. Bien entendu, ces coulures sont à éviter à tout prix. Des graffittistes n'hésiteront pas à en essayer pour tenter de les camoufler. Elles sont le signe d'un manque d'expérience et d'une mauvaise technique. Lorsqu'une œuvre comporte des coulures, elle est automatiquement discréditée par les juges avertis, peu importe ses autres qualités esthétiques.

De plus, les outils techniques dont disposent les graffittistes influencent nécessairement les résultats qu'ils obtiennent. D'ailleurs, les outils auxquels recourent les graffittistes sont assez limités, afin de demeurer dans les frontières du graffiti pur et dur. Par exemple, la technique du pochoir, très populaire en France, n'est pas admise dans les rangs du graffiti hip-hop. Dans ce même esprit, tout objet servant de guide pour tracer des lignes nettes est également proscrit. Tout le travail doit se faire à main levée. Seuls la bombe aérosol et le marqueur (outil d'origine) sont autorisés. Dans ce contexte restrictif, plusieurs graffittistes trafiquent leurs outils de travail dans le but d'obtenir des effets différents. Par exemple, nombreux sont les graffittistes qui fabriquent eux-mêmes leurs marqueurs, à l'aide de bouteilles d'encre et d'embouts toujours plus larges, qu'ils peuvent par la suite remplir de la couleur désirée. Les bombes aérosol n'échappent pas au génie des graffittistes. Super Kool, auteur du premier *piece* new-yorkais, selon Castleman, a été le premier à changer les embouts de ses bombes pour obtenir une diffusion plus large de la peinture. La légende veut qu'il se soit servi d'un embout de bouteille de nettoyeur pour le four. Aujourd'hui, une multitude d'embouts qui créent des effets diversifiés sont disponibles dans les boutiques spécialisées.

Aussi, dès qu'une œuvre comporte des éléments complexes et difficiles à réaliser, elle suscite l'admiration du milieu. Des détails soignés ou des effets de texture réalisés à la bombe font partie des défis que se lancent les graffittistes afin de récolter les honneurs. « An artist achieves recognition by working with colors that are considered difficult to work with, hard to find or uncommon. Colors can also be mixed, creating an even wider palette » (Murray, 2002 : non paginé).

En plus de la création de teintes exécutées directement sur le mur, certains graffitistes ingénieux arrivent à mélanger le contenu sous pression de leurs bombes. Il suffit de faire geler au congélateur une première couleur et de lui injecter une autre couleur de peinture liquide. On obtient ainsi une couleur unique qui n'existe pas sur le marché.

Comme on l'a vu précédemment, le type d'œuvre est un des critères d'évaluation essentiel à la classification hiérarchique des œuvres. En ce sens, certaines œuvres ont d'emblée plus de mérite que d'autres. Le type d'œuvre exécutée vient donc jouer un rôle favorable ou défavorable dans l'appréciation générale, selon la place qu'occupe ce type d'œuvre dans la hiérarchie qui lui est associée. Pour obtenir un impact positif, le graffitiste doit équilibrer le facteur de la qualité avec celui de la quantité. Par exemple, une voiture de train entière peut être réalisée une vingtaine de fois pour obtenir la faveur du milieu, tandis qu'une simple signature doit être répétée jusqu'à mille fois.

Dans un autre ordre d'idées, « The greater the danger, the greater the respect. » nous dit Macdonald (2001 : 84). Cette phrase résume fort bien l'importance accordée au danger dans l'évaluation des œuvres. Ces dangers peuvent provenir du risque élevé de se faire pincer, par exemple en s'exécutant dans un endroit passant, très éclairé ou très surveillé par la police ou par des agents de sécurité. Ce danger s'accroît lorsque le graffitiste passe beaucoup de temps au même endroit, lors de la réalisation d'œuvres plus élaborées. Le danger peut également provenir des risques physiques encourus, tels que le franchissement d'obstacles divers, le risque d'électrocution ou d'accident liés au graffiti sur les trains. Quelques graffitistes, aujourd'hui devenus des légendes, sont morts écrasés ou électrocutés lors de telles activités. Le lieu inaccessible où s'exécutent certains graffitistes acrobates entraîne aussi de l'admiration, car on ne comprend pas toujours comment l'auteur a pu l'atteindre (toit, structure de pont, etc.). Ces graffiti, véritables morceaux de bravoure, restent très longtemps en place, car leur nettoyage est fastidieux. En résumé, la reconnaissance des pairs passe aussi par les risques qu'amène la réalisation du graffiti : « The more perilous a locale - that is, the greater the danger of being caught or of suffering some injury - the greater the recognition given the graffitist by the peer group » (Abel et Buckley, 1977 : 84).

Susan Stewart va même jusqu'à soutenir que l'évaluation de la valeur de l'œuvre se fait davantage en fonction des conditions de productions et des risques encourus que du résultat final : « Because writing graffiti is illegal and quite specifically dangerous, the aesthetic criteria at work in the writers' schemes of evaluation are a matter of conception and execution more than a matter of judgments regarding the qualities of a final artifact - writers will often make evaluative comments

part of their “pieces”, leaving a history of the constraints on their work [...] » (Stewart, 1987 : 166). Cela est certainement vrai, car des sites Internet traitant du graffiti encouragent les gens à raconter leurs aventures périlleuses. C’est le cas de *bombing science*¹¹ qui ajoute une de ces histoires (*chase story*) à son bulletin d’information hebdomadaire. On encourage véritablement les graffitistes à se vanter d’avoir échappé à la police ou à une blessure grave, sans jamais avoir vu les œuvres de ces personnes. De plus, en lisant ces *chase story*, on se rend bien compte que ces jeunes gens intrépides moussent leurs aventures pour impressionner leurs confrères. Certains disent avoir sauté d’un pont pour atterrir sur une voiture en marche, d’autres se sont cachés dans les égouts pour échapper à la police, d’autres se sont fait attaquer par des sans-abri, etc.

¹¹ www.bombingscience.com

Chapitre 5

Valeurs de la culture dominante véhiculées dans la pratique du graffiti

Après avoir démontré comment la sous-culture du graffiti s'avère être hautement codifiée et hiérarchisée, il est maintenant temps d'observer comment cette structure s'apparente étrangement et paradoxalement à celle de la culture dominante. En contrepoint total à son apparente marginalité, le graffiti recrée dans la sous-culture qui lui est associée les valeurs, standards et idéologies de la culture dominante.

Présence effective d'une hiérarchie et de normes

La première caractéristique de la sous-culture graffiti que nous indiquons qu'elle entretient des ressemblances avec la culture dominante est la présence tangible d'une hiérarchie et de normes, tel que démontré au chapitre 4. Il ne s'agit donc pas d'une activité pleinement marginale, cousine de l'anarchie et au caractère nihiliste, comme on serait porté à le croire *a priori*. Au contraire, les membres de cette sous-culture souscrivent volontairement à une multitude de règles tacites, en prenant place dans une hiérarchie, de façon tout à fait consciente, pour pratiquer leur activité délictueuse en vertu de certaines normes.

Ces normes renvoient notamment aux caractéristiques qui distinguent un bon graffiti d'un mauvais. Dans cet univers hautement codifié, c'est le respect de ces normes qui est garant du succès des membres de la sous-culture. Ainsi, on a affaire à une conformité et uniformité du genre graffiti qui voudrait bien être perçu comme marginal, mais où ironiquement la marginalité n'est pas mise de l'avant. Boudinet parle de ce phénomène en terme d'un processus de redondance qui « [...] favorise une constance, la présence d'invariants qui se polarisent pour prendre une valeur de référence, de critère et de norme. La transformation et la dénormalisation que le tag opère vis-à-vis de l'écrit "conventionnel" permet désormais de pointer l'émergence d'un nouvel espace normé, réalisé dans les répétitions et redondances inhérentes à son "matériau" constitutif » (Boudinet, 2002 : 76). Bref, même si le graffiti n'est pas purement conventionnel, il n'en demeure pas moins une norme en lui-même, un amalgame de codes qui imitent la structure de pensée de n'importe quel mode d'expression et/ou de langage dominant.

Macdonald explique brillamment que, la sous-culture du graffiti, loin d'être anarchique et insensée, est hautement structurée, autant et sur le même modèle que la société bourgeoise de classe

moyenne :

« When one looks beneath the surface of this subculture, the so-called “middle-class” values honoured within “wider” society are not rejected, they are fully embraced. Graffiti writers demonstrate the same dedication and diligence to achieve the same status and standing as an individual does in any other profession. Yet, such legitimacy generally eludes them. The picture painted of graffiti is one of chaos and anarchy; writers as a seething mass of testosteroneed adolescents hell-bent on destruction. But, then, surface impressions are clearly misleading. The members of this subculture are not a breed apart. They are a group of young individuals working hard to conform to their own meaningful guidelines and structures » (2001 : 93).

Ce qui frappe ici c'est l'aspect de conformisme que dégage Macdonald. Les graffitistes n'aspirent à rien d'autre que se conformer aux codes en vigueur au sein de leur sous-culture, et cette même sous-culture ne fait que se conformer à des valeurs telles que le respect, la persévérance, la compétition et le succès qui sont monnaie courante dans la culture de masse.

C'est d'abord et avant tout parce que la sous-culture graffiti se présente comme une structure rigide comprenant codes, normes et hiérarchie qu'elle est susceptible de rimer avec la structure de la société dominante. Elle se détache ainsi de son apparence de marginalité, du désordre et du chaos qu'elle inspire. Elle confirme de ce fait qu'elle ne rejette pas en bloc tout ce qui a trait à la culture dominante. Les prochains sous-aspects confirmeront plutôt qu'elle la recrée à plus petite échelle.

Sexisme

Nancy Macdonald s'est demandée pourquoi la très grande majorité des graffitistes sont de sexe masculin. Tous les auteurs remarquent et mentionnent au passage la rareté des filles au sein de la communauté du graffiti, mais Macdonald pousse la réflexion beaucoup plus loin pour arriver à la conclusion que le monde du graffiti est essentiellement sexiste. L'aspect ici développé se base en grande partie sur ses propos lumineux.

Macdonald débute son analyse de la disparité des sexes au sein du graffiti en voulant comprendre pourquoi les garçons y participent, ce qu'ils y trouvent. Les jeunes hommes interviewés décrivent leur activité en mettant l'accent sur le risque, la saleté, l'aspect physique et la décharge d'adrénaline. Ils perçoivent le graffiti comme une affaire de gars qui n'intéresse pas tellement les filles. En réalité, affirme l'auteur, ils se servent de ce passe-temps comme d'un moyen d'affirmer leur masculinité. En voulant être le meilleur et prouver ses aptitudes aux autres, ils se voient un peu comme des super-héros en quête de dépassement. Macdonald présente le graffiti comme un rite de passage où les jeunes hommes viennent mettre à l'épreuve leurs qualités masculines, afin de se

prouver qu'ils sont des hommes. Le graffiti leur offre un contexte idéal pour tester leurs capacités, pour prouver qu'ils sont des durs à cuire. C'est aussi un contexte propice aux paris de toutes sortes : mettre au défi un copain de s'exécuter en plein jour, par exemple, simplement pour qu'il prouve qu'il a du cran. Les graffitistes mâles sont respectés pour la démonstration de cette masculinité : « Respect is the key here. Writers do not risk their life and liberty for the sole shake of a written name. They take these risks because they know this will gain them other writers' respect. [...] Writers do not earn recognition and respect for any old endeavour but, more specifically, for their "masculine" endeavours - those that incorporate a display of daring and courage » (Macdonald, 2001 : 104). La conclusion que tire Macdonald est que le but du graffiti est essentiellement d'affirmer sa masculinité et non pas une destruction insensée de la propriété. Ceci explique pourquoi la communauté graffiti est composée presque exclusivement de jeunes hommes.

Pourtant, il y a bien quelques femmes qui pratiquent le graffiti (Lady Pink, Claw, Akit), bien qu'elles soient très peu nombreuses et surtout très mal accueillies dans la sous-culture. Les autres graffitistes ont une perception très négative des filles qui s'adonnent au graffiti et leurs propos sur le sujet tiennent de la dévalorisation et renferment de nombreux préjugés. Par exemple, les garçons pensent qu'elles écrivent le nom de leur petit ami, ils les considèrent seulement comme la petite amie d'un tel et non pas comme une graffitiste à part entière. Selon eux, elles ne sont pas vraiment passionnées par le graffiti, elles abandonneront au bout de quelques mois sans mettre l'effort nécessaire au *getting up*. De plus, leur travail est constamment dévalorisé. On dira par exemple « c'est bien pour une fille » mais jamais bien en tant que tel. Les garçons pensent également qu'elles font faire leurs œuvres par quelqu'un d'autre, parce qu'elles ne sont pas capables toutes seules. D'ailleurs elles doivent adopter le style et l'esthétique des gars pour espérer une reconnaissance et ne pas faire des « trucs de filles » du type motifs floraux, papillons, oiseaux, etc. Certains jeunes hommes vont peindre par-dessus le travail d'une fille pour lui montrer qu'ils n'ont pas de respect pour elle, un dur coup dans cet univers où le respect est l'objectif. Aussi, les garçons ne veulent pas aller faire des graffiti avec elles, parce qu'ils croient qu'ils devront transporter leur peinture, qu'elles vont paniquer si la police les intercepte et qu'elles vont agir en délatrices dans le cas d'une arrestation, etc.

Cette perception très négative et bourrée de préjugés sexistes a pour conséquence que les filles tenaces doivent prouver qu'elles sont capables de faire aussi bien, sinon mieux que les garçons. Ce faisant, les filles deviennent une menace réelle pour la masculinité des garçons, parce qu'elles démontrent par le graffiti qu'elles sont aussi masculines qu'eux. S'instaure dès lors une compétition

où les filles vont tenter les choses les plus risquées pour impressionner les garçons et s'imposer dans la sous-culture, tandis que les jeunes hommes jouent au macho, de peur de perdre la face. D'ailleurs, les garçons refusent d'aller concourir avec des filles en face à face. Ils préfèrent les ignorer, en prétendant qu'elles ne sont pas de vrais graffitistes. Alors qu'en réalité, les garçons sont effrayés par le talent des filles et ils ont peur de perdre toutes les preuves de masculinité durement acquises via le graffiti. Lorsque des filles ont l'occasion d'aller faire des graffiti accompagnées de garçons, elles se voient offrir de l'aide pour n'importe quel détail, comme si elles manquaient d'aptitudes. Néanmoins, elles refusent systématiquement cette aide, justement pour prouver leurs habiletés, afin d'être considérées sur un pied d'égalité avec les garçons et d'obtenir le crédit complet pour leur travail. D'autre part, ces filles graffitistes sont souvent perçues comme des objets sexuels et leur intégration à un *crew* dépendra de leur apparence physique, non pas de leur talent comme c'est le cas pour les garçons. « Although this subculture represents a blatant rejection of the conventional, its attitudes towards gender are paradoxically traditional. Conventional sex roles and the pressures of heterosexuality are not escaped [...] they are reproduced and reinforced » (Macdonald, 2001 : 139).

À travers les observations de Macdonald, on voit ici s'illustrer un aspect de la sous-culture extrêmement traditionnel, voire même rétrograde. Bien que la cause des femmes ait avancé depuis les trente ou quarante dernières années, on peut dire qu'il reste beaucoup à faire et que ce genre d'idéologie machiste domine encore plusieurs milieux (construction, mécanique, hockey, etc.). « This subculture must be acknowledged for what it is. Not a site for "youth", but a site for "male" youth - an illegal confine where danger, opposition and the exclusion of women is used to nourish, amplify and salvage notions of masculinity » (Macdonald, 2001 : 149). La présence de femmes est marginalisée, parce qu'on véhicule le stéréotype archaïque de la femme inférieure et incapable. Par cette position essentiellement sexiste et en se voulant un milieu réservé exclusivement aux hommes, le graffiti exprime un conservatisme déconcertant.

Quête d'identité typique de l'adolescence

D'une façon générale, la pratique du graffiti hip-hop semble être un passe-temps en vogue chez quelques adolescents dont le but est incompréhensible pour la population adulte. Pourtant, la psychologie nous apprend que ces adolescents ne se distinguent pas vraiment des autres jeunes de leur âge. Il semble que la grande majorité des adolescents s'amuse à laisser leur nom à différents endroits, pour symboliser leur passage. Ce peut être sur un pupitre d'école, un arbre, une table de pique-nique, etc., sans nécessairement relever du graffiti hip-hop. Cette affirmation nie totalement

l'aspect marginal attribué au graffiti, en proposant que « [...] tous les adolescents sont plus ou moins directement concernés à un moment donné par des conduites de marquage spatial sauvage [...] » (Félonneau et Busquets, 2001 : 31). C'est donc une pratique fortement répandue chez les adolescents, tout à fait commune et courante pour ce groupe d'âge. Rien de plus banal que le comportement des jeunes graffitistes qui revendiquent leur association à la culture hip-hop.

Dans ce même ordre d'idées, les auteurs en psychologie Félonneau et Busquets soutiennent que le *tag* tient lieu de rite de passage vers l'âge adulte. L'adolescence traverse une étape de la vie caractérisée par une quête d'identité et de singularité. Cette identité se développe de deux façons : d'abord par une singularisation par rapport à la cellule familiale et au monde des adultes qui s'articule par l'adoption d'un comportement marginal qui sort des normes. Ensuite, cette singularisation est suivie d'un besoin d'affiliation, soit d'un besoin d'appartenance qui consiste à faire partie d'un groupe et à partager des valeurs et attitudes communes. Ce processus commun à tous les adolescents qui découvrent leur personnalité propre rejoint parfaitement le double mouvement de la pratique du graffiti qui se veut anarchique, mais qui s'avère codifiée et hiérarchisée. Ainsi, cette recherche d'identité que sous-tend le graffiti est très typique de l'adolescence : « Cette pratique paraît non seulement irréductible à la dimension groupale et au regard de l'autre, mais elle s'avère également, fondamentalement ancrée dans une problématique particulière : celle de la crise d'adolescence où les recherches d'originalité, d'identité et d'affirmation de soi sont prédominantes » (Félonneau et Busquets, 2001 : 135). En résumé, par le but qu'il poursuit, le graffitiste ne se distingue pas tellement des autres jeunes de son âge qui sont aussi en quête d'identité, mais il opte pour un moyen plus tapageur d'affirmer son identité devant les autres.

Désir de gloire

L'immense désir de gloire, de respect, de reconnaissance et d'admiration des graffitistes a déjà été mentionné à plusieurs reprises dans le présent texte. Même si la gloire est au fondement de la culture hip-hop, cette attitude semble de plus en plus généralisée au sein de la société en générale. On n'a qu'à penser à la grande mode des émissions de télé-réalité où des milliers de personnes tentent leur chance dans le but d'être « connus », sans même avoir de talent à proposer dans bien des cas. Ils désirent simplement être vus, être regardés, attirer l'attention et sortir de l'ombre. De plus, le monde du graffiti fonctionne comme un véritable *star system*, un cirque médiatique où tous veulent être le point de mire, à la façon des stars hollywoodiennes. Le graffiti semble simplement s'inscrire dans ce mouvement « 15 minutes de gloire » où tout le monde aspire à devenir une vedette, à sortir de

l'anonymat si caractéristique des centres urbains. De nos jours, tout le monde semble éprouver un désir de gloire, à tel point que cela est devenu banal. Cette facette est également complétée par le climat de compétitivité et de performance qui teinte notre mentalité occidentale. Le désir de performance, de se retrouver triomphant au sommet de la pyramide est loin d'être exclusif au domaine du graffiti. Pensons simplement au monde des affaires, aux rivalités étudiantes ou encore aux batailles pour les cotes d'écoute et les recettes de productions cinématographiques. Non seulement les graffitistes se donnent peut-être un peu trop d'importance, mais en plus ils ne trouvent rien de plus original que d'emboîter bêtement le pas.

Parallèle avec la publicité

Cette quête de gloire effrénée se matérialise par une visibilité sans cesse renouvelée, suivant le patron exact de la publicité qui tapisse nos villes occidentales. Voilà un autre schéma qu'emprunte le graffiti à la culture de masse. Rien de moins surprenant et de moins original : « Le graffiti correspond à son époque : actuellement, la démesure et l'omniprésence du phénomène coïncident avec l'envahissement des lieux publics par une armada publicitaire sans précédent [...] » (Tardif, 1997 : 28).

On a d'ailleurs vu précédemment qu'avec le repliement du signe linguistique qu'opère la signature hip-hop, celle-ci devient véritablement un logo. Le *tag* n'est rien de moins qu'une empreinte, une bannière, qui se veut constante et identifiable, comme en possède n'importe quel produit sur le marché. Ce logo devient la marque de commerce des graffitistes et ne vend rien d'autre que l'image du graffiti. Miller rapporte l'anecdote du graffitiste Amrl/bama qui avoue avoir volé des revues de mode et de cuisine afin d'étudier le design des logos des publicités qu'elles renfermaient. Après les logos qui représentent les produits, les graffitistes produisent des logos pour représenter leur personne. Quoi de plus conventionnel et prévisible que la méthode publicitaire pour atteindre une visibilité? Comme le souligne Darco, se faire sa propre publicité est une évidence pour les jeunes graffitistes : « Pour les gens de ma génération, mitraillés par la télévision, la bande dessinée ou la publicité, tout a un label. C'est donc tout naturel d'apposer le nôtre sur les murs » (Roux, 1999 : A3).

Le graffiti est la publicité des pauvres, la publicité de ceux qui font leur propre promotion sans avoir de produit à vendre. La publicité est une forme de communication [lire menticide¹²] tellement présente, courante et répandue, qu'on ne voit vraiment pas en quoi le graffiti peut sortir des

¹² Terme savant utilisé en psychologie pour désigner un « lavage de cerveau » .

sentiers battus en imitant cette forme. Il reprend un moyen dominant, des stratégies classiques et socialement admises pour se faire voir :

« La rue est un lieu de *promotion*. Le graffeur, expert en marketing, possède toutes les ficelles de la promotion. Il connaît les techniques du logo, la maîtrise des lettrages, les angles de perception du regard, les lieux de visibilité, [...] et posera sa marque au bon endroit utilisant à merveille les multiples supports urbains (murs en brique, stores métalliques, colonnes et tuyaux, surfaces lisses...) » (Bazin, 1995 : 42).

Voilà donc une idéologie de la culture dominante clairement reprise par le graffiti hip-hop. L'aspect urbain, l'endroit mural, la volonté de se faire voir par des masses, l'importance du nom et du logo, la calligraphie percutante, les couleurs accrocheuses, etc. : le parallèle entre publicité et graffiti se trace de lui-même.

Influence de la culture populaire

Le graffiti reprend bien plus que des formes omniprésentes dans la culture dominante, il pige directement dans son contenu. Comme le disait le graffittiste Darco dans l'aspect précédent, les jeunes de cette génération sont enfants de la télévision, ils baignent dans les médias de masses et l'imagerie cinématographique. Bien que les graffitistes élaborent des styles bien particuliers et savent faire preuve d'imagination, les influences qu'ils subissent de la part de la culture dominante sont inévitables et multiples.

Par exemple, de nombreux graffitistes s'inspirent d'un nom préexistant (soit dans le domaine du cinéma ou de la télévision) pour procéder à leur auto-baptême. Miller donne de nombreux exemples de ces noms qui trouvent leur source directement dans le bassin de la culture dominante. Lee est un fan de Bruce Lee; Duro emprunte son nom au personnage de la série télé *The Rookies*; Futura 2000 a été influencé par le film de Kubrick *2001 : A Space Odyssey*; Iz the Wiz s'est inspiré du long métrage *The Wiz*, mettant en vedette Diana Ross, qui était lui-même inspiré de *Wizard of Oz*; Zephyr est une marque de planche à roulettes, etc. Les graffitistes sont nés dans cette culture dominante, alors il va de soi que divers aspects du graffiti soient directement puisés dans cette culture, même si le graffiti prétend la renier illusoirement à plusieurs égards.

L'iconographie de la culture populaire est également la proie des graffitistes. On remarque que les personnages compris dans les *pieces* sont rarement des créations originales. Effectivement, Mickey Mouse et Donald Duck ont circulé dans les rues de New York sans être assortis de leur droit d'auteur légitime. « While some writers invent their characters, most are content to lift them from

the fields of the mass media and American popular culture. They build their own iconography by selecting images from comic, TV, and advertising, and reassembling them in new contexts » (Cooper et Chalfant, 1984 : 80). Outre les icônes de Disney qui sont revisitées, les graffitistes remettent également au goût du jour les dessins de Vaugh Bodé qui sont utilisés par plusieurs personnes. Le graffitiste Dondi, quant à lui, emprunte le logo de la série télé *The Saint* pour le joindre à sa signature. Fred, des célèbres Fabulous Five de New York, procède à une vampirisation encore plus étonnante : il crée un *whole train* ayant comme motif les boîtes de soupes Campbell's directement associées à Andy Warhol. Nul doute possible, les graffitistes s'inspirent de façon évidente de la culture qui les entoure, ce qui n'est pas répréhensible ni tellement étonnant en soi, mais qui fait néanmoins pâlir davantage sa marginalité de surface.

Répétition du *tag* et production industrielle

On a déjà vu que le graffiti de type *tag* est sujet à une répétition exponentielle nécessaire au succès de son auteur. Les graffitistes reproduisent sans cesse la même signature dans la ville et tentent de lui faire couvrir le plus grand territoire possible. On a affaire à un art du même, où l'unique et l'original n'ont pas de valeur spécifique. Cette répétition frénétique de la signature peinte à la main par un artiste de la rue s'apparente étrangement à la répétition infinie qu'opèrent les machines industrielles dans le but de produire de multiples exemplaires identiques d'un même produit. Le rapprochement entre l'aspect répétitif et sériel du *tag* et la société industrielle, sa reproduction infinie d'un prototype semble irréfutable : « Derrière l'outil, la technique : la société industrielle et sa norme, le standard. Le graffiti s'est standardisé » (Bouyer, 1996 : 97). Ce qui surprend dans cette observation pourtant parfaitement juste, c'est que l'auteur cité recourt aux termes « norme » et « normé » pour qualifier le graffiti, plus spécifiquement le *tag*, les antonymes même de la marginalité.

Une logique d'efficacité semblable à celle des chaînes de productions apparaît aussi dans la pratique du graffiti. Le graffitiste sait que, plus il reproduit sa signature, plus il gagnera en visibilité et en respect. La production industrielle n'a aucune autre prétention que celle de la rentabilité. Produire davantage pour en tirer plus de profits, telle est l'idéologie commune à la production industrielle et au graffiti hip-hop. De plus, le logo démultiplié doit être conforme à un standard s'il veut produire l'effet recherché, comme la publicité qui cherche à imprimer un nom dans notre mémoire de consommateur.

« La réputation et la valeur du tagueur, dans cette pratique élémentaire, sont en fonction de la visibilité de son tag, de sa plus ou moins grande diffusion et

concentration dans l'espace de la ville. La logique derrière cela est clairement productiviste [...] au sens de l'industrie et de la production de masse. De ce point de vue, le tagage semble une pratique sociale particulièrement ironique, qui utilise la logique d'une économie, qu'elle met d'une certaine façon sous surveillance, pour affirmer l'irréductibilité d'un territoire subjectif qui justement lui échappe » (Bérubé, 2000 : 343).

Ces quelques considérations illustrent bien que la sous-culture du graffiti adhère à une logique cousine du système capitaliste, ce qui est particulièrement ironique, puisque le graffiti rejette la valeur de la propriété privée et l'idée de valeur marchande. Encore une fois, le graffiti se présente comme une sous-culture ayant une volonté anarchiste, mais des fondements on ne peut plus standards.

Ce rapprochement entre production industrielle et répétition du *tag* ne serait pas complet sans un lien avec la vitesse qui caractérise la cadence de production industrielle. Effectivement, le geste propre au graffiti est inévitablement teinté de cette vitesse de par son contexte d'exécution (illégalité) et son outil (l'aérosol) : « La vitesse est devenue notre sixième sens. Les graffitis eux-mêmes ont pris le virus. Ils ont assimilé la vitesse à leur sens et à leur sensibilité. Le graffiti ancien, qui était une gravure, a été délaissé. Trop lent. Désormais l'aérosol propulse le pigment sur la surface. [...] Le tag est fils de la cadence industrielle, incorporée, vêtue de la dernière parure du romantisme » (Bouyer, 1996 : 96). Cet auteur parle aussi des trains, proies par excellence des graffitistes, comme « le symbole du mouvement et de l'ère industrielle ». Le choix des trains comme cible n'est donc pas arbitraire, mais s'accorde très bien avec l'idéologie interne à la pratique. D'autant plus que le circuit immuable du train tracé par les rails sur lesquelles il circule recrée aussi l'aspect répétitif de la logique graffiti.

L'illégalité dicte la conduite

L'aspect illégal de l'activité graffiti est déterminant pour ceux qui la pratiquent. Nombreux sont ceux qui accordent une grande importance au côté illicite, hors-la-loi de la chose qui deviendrait du coup moins attrayante si elle était totalement permise. Plusieurs parlent de l'incomparable décharge d'adrénaline que provoque le geste illégal. Toutefois, même si les graffitistes contreviennent sciemment à la loi, ils reconnaissent pleinement son existence et son influence sur eux. La loi ne parvient pas à empêcher la tenue de tels comportements, mais elle en régule tout de même les modalités d'existence.

L'exemple le plus éloquent de l'influence de la loi sur le comportement des graffitistes est

l'utilisation uniforme d'un pseudonyme. À première vue, le pseudonyme permet d'échapper aux forces de l'ordre et aux réprimandes liées au graffiti. Personne n'oserait écrire son véritable nom en grosses lettres, à moins de vouloir s'attirer des ennuis. Ainsi, l'utilisation d'un surnom est une façon de reconnaître que la pratique du graffiti n'est pas approuvée par la société. C'est donc à la fois un moyen de contester et de se soumettre à ce jugement dominant. L'anonymat dans lequel se pratique le graffiti correspond en quelque sorte à une soumission au système qui le juge illicite. On ne peut pas s'afficher ouvertement comme l'auteur de l'œuvre, même si on décide de faire des graffiti et d'enfreindre la règle, parce qu'on demeure traqué par la police. C'est un acte de rébellion qui tient compte des règles établies, les enfreint, tout en les reconnaissant.

De plus, toujours dans le but d'échapper aux forces de l'ordre, les graffitistes n'ont d'autres choix que de planifier rigoureusement leurs escapades. Avant de se mettre à l'œuvre, le graffitiste trace un itinéraire jusqu'au lieu repéré et prépare une esquisse sur papier du graffiti qu'il s'apprête à réaliser. Bien que les graffitistes créent et conservent ces esquisses dans leur *piecebook*, ils préfèrent apporter une photocopie sur le lieu d'exécution. En cas d'arrestation, la police ne pourra pas saisir le *piecebook* en entier et relier le graffitiste à des dizaines d'autres œuvres. Il fait ensuite la sélection des couleurs de peinture dont il aura besoin et il dissimule les bombes aérosols dans les vêtements amples de style hip-hop qu'il porte. Bien entendu, le passage à l'acte se fait généralement la nuit et de préférence dans un lieu isolé, pour minimiser les risques d'être intercepté. Les graffitistes de Denver disent préférer travailler l'hiver, car les passants sont rares et que les fenêtres des maisons sont closes. Toutefois, ça ne semble pas être le cas pour Montréal où les graffiti apparaissent massivement au printemps, probablement parce que l'hiver est trop froid. L'exécution du graffiti requiert toujours de la rapidité et se fait dans le silence. Toutes ces précautions révèlent que les graffitistes reconnaissent l'existence de la loi, même s'ils la transgressent. L'existence de ces règlements vient établir les paramètres de la pratique du graffiti.

Hiérarchie interne au graffiti et iniquités sociales réelles

La hiérarchie interne au milieu du graffiti, bien qu'elle imite l'échelle sociale en place dans la société dominante, ne tend pas nécessairement à placer les *kings* dans des positions favorables au sein de la société ordinaire. C'est du moins ce qu'avance Boudinet qui note que les compétences acquises dans le domaine du *tag* sont très rarement transférées dans d'autres secteurs de la vie des jeunes, tels l'école, l'intérêt pour l'art, etc. L'auteur précise que le transfert des compétences nécessite une activité de distanciation qui permet de cerner les compétences acquises pour ensuite

réinvestir ces outils dans d'autres secteurs de la vie. Cette distanciation procède d'un métalangage (réflexion, discours sur l'expérience vécue) qui est jugé impossible pour ces jeunes qui utilisent des signes imbriqués, sans la double face signifiant/signifié. C'est ce qui amène l'auteur à dire que, même si le graffiti fait fi des distinctions sociales préexistantes, ces distinctions tendent à demeurer les mêmes dans la réalité, puisque les compétences développées par les graffitistes ne sont pas réinvesties pour les rendre meilleurs dans d'autres domaines. « Taguer revient dans ce cas à oublier son statut, pour éprouver le bref vertige extatique de l'illusion d'un monde non hiérarchisé, sans position de force ou de faiblesse » (Boudinet, 2002 : 154). Le *tag* est alors comparé à un carnaval, la réalité à l'envers, où les défavorisés peuvent devenir des rois et où les mieux nantis portent le masque du jeune de la rue. Boudinet conclut en disant que ce rite de passage qu'est le *tag* ne remet pas en cause les structures hiérarchiques de la société réelle, mais les affirme davantage.

En d'autres termes, le *tag* tendrait à maintenir les inégalités sociales, car seuls les jeunes des milieux favorisés arriveront à tirer profit de leur expérience grâce aux capacités métalangagières qu'ils possèdent en dehors du graffiti, alors que les plus défavorisés n'en retireront rien de positif pour aller plus loin, vers autre chose. Ainsi, l'apparente dissolution de la hiérarchie traditionnelle que propose le graffiti est un leurre, car les pions conservent leur position sur l'échiquier de la réalité : « [...] [L]e tag trace au travers de sa marge une négation feinte de l'ordre instauré, tout en y adhérant pour, finalement, en renforcer les fractionnements et les frontières. [...] Mais alors, le « passage » semble s'opérer, derrière le voile de la liminarité transgressante, au bénéfice de la société hiérarchisée et de ses étiquettes imposées » (Boudinet, 2002 : 165).

Hugo Martinez, le fondateur de l'UGA (Unites Graffiti Artists), traite de la classe économique de laquelle sont issus les *kings* du graffiti qu'il a côtoyés et affirme qu'ils venaient tous de la classe moyenne et que leurs parents étaient des salariés. Les graffitistes qui provenaient des classes pauvres, et dont les parents étaient chômeurs, ne se montraient pas ambitieux dans leur création. Ceci vient soutenir les propos avancés par Boudinet. Ceux qui jouissaient déjà d'une situation assez favorable excellaient dans le graffiti et avaient la chance de faire de même dans la vie. Les autres demeuraient paralysés dans la pauvreté, réussissaient plus ou moins dans le graffiti et pas tellement mieux dans la vie. Par conséquent, la hiérarchie que propose le graffiti ne fait que reprendre les inégalités sociales présentes dans la société dominante.

Néanmoins, plusieurs graffitistes ont réussi leur carrière après leur époque graffiti. À Montréal, le groupe *Urban X-Pression* qui réalise des murales est un exemple de jeunes adultes qui

gagnent leur vie avec cette forme d'art. Un des membres de ce groupe affirme que plusieurs de ses connaissances ont été admises dans des programmes d'infographie avec un portfolio composé de graffiti. Le cas des graffitistes fondateurs de l'école new-yorkaise est encore plus éloquent. À l'époque, plusieurs graffitistes ajoutaient des dessins à leurs vêtements et chaussures et aujourd'hui, certains ont leur propre ligne de vêtements (PNB Nation Fashion compagny), alors que Futura, qui travaille avec Levi's au Japon, possède sa propre ligne de vêtements (FL) mise en marché avec Stash par leur compagnie Project Dragon et possèdent trois magasins. Wane a aussi sa ligne de vêtements appelée Writer's Bench. Cey a fondé une compagnie de graphisme (Draing Board Graphic Design) et travaille avec des grands noms de la chanson tels que LL Cool J, The Beastie Boys, Public Enemy, Puff Daddy, etc. en plus de réaliser des films pour la 20th Century Fox Films. Lady Pink et Smith peignent des intérieurs et des extérieurs de boutiques et de boîtes de nuit sous la bannière de Pink-Smith Designs. Ce ne sont là que quelques exemples de réussite professionnelle pour des jeunes qui ont commencé leur carrière par le graffiti. Mais selon la réflexion de Boudinet, ces jeunes avaient déjà tous les éléments en main pour réussir dans la vie, ce n'est pas l'atteinte du sommet de la hiérarchie du graffiti qui leur a fourni ces outils. La majorité des graffitistes demeureront dans l'ombre, le graffiti ne sera qu'une passade et ne leur servira aucunement de rampe de lancement. Car, même si on tente d'abolir les différences au sein de la communauté graffitique pour donner des chances égales à tout le monde de prouver son talent, on ne réussit pas à les faire disparaître à l'extérieur de la communauté.

Lois du cadre pictural

Le graffiti se présente comme une œuvre picturale ayant déserté le support traditionnel de la toile. Pourtant, comme le fait remarquer Lafortune, la notion de cadre n'est pas remise en question et les graffiti n'explorent pas librement dans l'espace comme on serait porté à le croire. Il affirme que, le graffiti se soumet à des règles d'encadrement, même s'il prend place sur un mur ou un train. Par exemple, la taille des graffiti sur le mur de Berlin était délimitée par la largeur des sections de béton formant le mur. Les graffitistes vont souvent choisir une portion du support sur lequel ils s'exercent, par exemple exécuter un *tag* sur une seule des planches formant une porte ou encore les *throw-ups* sur le métro de New York qui se concentrent sous la barrière des fenêtres, en suivant cette délimitation avec précision. Aussi, la hauteur des *tags* en général correspond souvent à la hauteur moyenne de la main humaine. Bref, l'exploration spatiale est toujours conditionnée par les caractéristiques préalables de cet espace. Finalement, les graffitistes n'arrivent pas à envahir l'espace, ils se soumettent plutôt à sa spatialité :

« [...] [L]’observation rigoureuse de l’ensemble des graffiti muraux (tag, pochoir, picturo-graffiti, etc.) nous obligent à revoir l’idée généralisée qui voudrait que le graffiti soit un art libre dans la ville, par rapport à la peinture de chevalet qui dépend d’un cadrage formel. Il s’avère que, lorsque l’on observe les emplacements spatiaux des graffiti dans leur ensemble, on s’aperçoit que ces types de graffiti confirment un enfermement spatial équivalant à la peinture traditionnelle. Les graffitistes restent dépendants du cadre déterminant » (Lafortune, 2000 : 186).

C’est là une observation assez étonnante et révélatrice du caractère finalement peu dérogoire du graffiti, qui après analyse, se soumet de manière insoupçonnée à une multitude de règles.

Conclusion

Ce chapitre avait pour ambition de démontrer que la sous-culture du graffiti copie plusieurs valeurs, standards et idéologies de la culture dominante. Ces valeurs étant à la base de la sous-culture du graffiti, elles confirment que les traits marginaux que l’on attribue spontanément au graffiti demeurent superficiels. L’aspect hiérarchisé, codifié et normé qui encadre la pratique du graffiti (voir chapitre 4) démontre d’emblée le caractère hautement structuré de cette sous-culture et annonce qu’elle reprend certaines catégories de la culture dominante à plus petite échelle. La présence de la culture dominante se fait sentir de façon explicite par les emprunts auxquels procèdent les graffitistes (noms, images, etc.). De plus, le graffiti n’a d’autre ambition que de recréer l’univers de la publicité et du marketing par le logo qu’il utilise et par ses stratégies de visibilité. La méthode de production des graffiti est également calquée sur la cadence, le rendement et l’efficacité de type industriel. Ces standards auxquels adhèrent les graffitistes sont aussi présents de façon plus implicite. Notamment, cette entreprise n’est nulle autre que la manifestation d’une quête d’identité typique de l’adolescence qui n’est aucunement exclusive aux graffitistes. Le désir de gloire, d’admiration, de respect et de reconnaissance est également monnaie courante dans notre société où la compétition et la performance sont édifiées au rang de vertus. Aussi, le sexisme flagrant qui entraîne une surreprésentation de la population mâle au sein de la communauté graffiti ne se distingue malheureusement pas de plusieurs domaines où les préjugés machistes ont la vie dure. Également, même si le graffiti veut s’évader des frontières de l’art établi, il ne peut s’empêcher de se soumettre aux lois du cadre pictural. Finalement, malgré le fait que la hiérarchie associée au graffiti se base sur le talent et occulte les caractéristiques socioculturelles préexistantes, la position qu’occupent les graffitistes semble concorder avec celle qu’ils sont susceptibles d’occuper dans la société en général.

Cette imitation de la société dominante fait du graffiti un phénomène très facile à récupérer. Effectivement, cette récréation à petite échelle des standards, valeurs et idéologies de la culture dominante explique fort probablement pourquoi le graffiti a pu devenir si facilement une marchandise

popularisée par des circuits et des méthodes traditionnels et institutionnalisés. C'est là l'objet de la troisième et dernière partie de la présente étude.

Troisième partie

Récupération institutionnelle du graffiti

Chapitre 6

La récupération des graffitistes

Quête effrénée de gloire et visibilité médiatique

Comme on le sait maintenant, la renommée est le but avoué des graffitistes. Cette renommée nécessite d'abord et avant tout la reconnaissance des pairs, mais elle la transcende pour s'étendre à une reconnaissance beaucoup plus large. C'est ici qu'interviennent les médias qui offrent une visibilité sans précédent à certains graffitistes. Ceux-ci rêvent de voir une photo d'un de leur graffiti publiée dans un journal ou utilisée dans un reportage télévisé. Encore mieux, le graffiti peut être utilisé comme décor lors du tournage d'une scène de film. Beaucoup de graffitistes rêvent de se faire interviewer pour un article de journal, aussi recherchent-ils l'attention des médias. Le meilleur exemple de cette consécration par les médias est celui d'une série télévisée qui a utilisé des images de graffiti pour son thème d'ouverture : « Writers knew that if their work was publicized in the right newspaper, magazine or television program, it would be seen across the country, even internationally. Several writers learned this when their hits on the B line were filmed in 1975, then aired as part of the introduction to the television show *Welcome Back Kotter* which ran from 1975 to 1979 » (Miller, 2002 : 147). C'est précisément parce que leur quête de gloire est sans borne que les graffitistes se prêtent volontiers à ce cirque médiatique. L'attrait de cette consécration médiatique facilite la récupération du phénomène. Pourtant, comme le dit Zephyr, « We didn't wake up one day and decide we wanted to be famous. After all, in our way, we were already famous. The media was looking around for the next "cool" thing, and they chose graffiti » (White et Witten, 2001 : 144).

De plus, les graffitistes qui se font approcher par des photographes professionnels manifestant un intérêt pour le graffiti y voient une occasion exceptionnelle. Effectivement, le travail de photographes tels que Martha Cooper et Henry Chalfant est perçu comme une occasion de publicité. C'est pourquoi les graffitistes collaborent avec eux pour qu'ils documentent le sujet. Cooper parle de la relation graffitiste/photographe comme d'une relation purement intéressée, puisque l'un se sert de l'autre et que chacun y trouve son compte. Aussi, les films réalisés sur le sujet à New York sont responsables de l'étendue du phénomène à l'échelle mondiale. Toutefois, cet intérêt des médias, dont ont profité les graffitistes, s'avère un piège, plus qu'une opportunité. Toute la promotion médiatique se transformera graduellement en production d'événements à grand déploiement (performances, expositions, etc.), ce qui est le premier pas vers l'institutionnalisation du phénomène. Ainsi, dans leur quête insatiable de gloire, les graffitistes se sont littéralement vendus

aux médias, comme on vend son âme au diable. Ils ont en quelque sorte été victimes de leur soif de célébrité, puisque le graffiti devient dès lors totalement autre chose. « Because the activities of writers were documented by the media, mainstream art galleries and collectors became aware of them » (Miller, 2002 : 153).

Par contre, certains graffitistes plus lucides ne sont pas du tout heureux de l'ampleur que prend cette publicité. Tout le monde veut tout savoir sur les rouages de cette société secrète, qui n'est alors plus une. Mais comme Iz the Wiz, ils décident de participer quand même à ce traitement médiatique en collaborant avec les photographes, parce qu'ils veulent que le sujet soit bien documenté et que la gloire ne soit pas récoltée par ceux qui ne la méritent pas. Ils sont donc tout aussi piégés par l'intérêt des médias pour ce phénomène à l'origine *underground*.

Le graffiti et le monde de l'art

Le rapport du graffiti au monde de l'art est la pierre angulaire du présent chapitre et présente de multiples facettes, toutes plus complexes les unes que les autres. On se demande à quel point le phénomène graffiti est réellement accueilli dans le monde de l'art ou si ce n'est pas plutôt le monde de l'art qui se crée une catégorie graffiti pour être dans le vent. En définitive, le graffiti réalisé sur toile par des graffitistes est aussi appelé *post-graffiti*.

Par l'attention médiatique qu'on lui porte et par son omniprésence dans les grandes villes américaines (New York, en particulier), le graffiti devient un phénomène en vogue. C'est à partir de cette situation que le monde de l'art établi tentera avec succès de récupérer le graffiti, notamment par des expositions en galerie et éventuellement dans les musées. On fait entrer dans les galeries le travail des graffitistes, alors que ceux-ci n'ont fort probablement jamais visité ce genre d'établissement! Cette tendance débute lorsque des organisations (UGA et NOGA) se donnent pour mission de superviser et de promouvoir la production du graffiti dans un cadre légal.

« [...] [O]rganizations formed for the purpose of redirecting writers from train painting toward more socially acceptable forms of artistic expression. Usually started by adults, such organizations have sought to help writers develop their artistic abilities and invest their creativity in potentially profitable endeavours. The organization have sought to legitimize graffiti style and win their members recognitions as serious artists by encouraging writers to produce graffiti-style works on canvas and various other media with a view toward their sale to art collectors and the general public » (Castleman, 1982 : 117).

L'UGA (United Graffiti Artists) a été fondé en 1972 par Hugo Martinez et se veut une étude sociologique, en plus d'embrasser la mission communautaire telle que décrite par Castleman. Les

membres de ce groupe participent à une démonstration à City College où ils tracent leur nom de façon légale pour la première fois, sur un mur recouvert de papier pour l'occasion. En septembre 1973, le fondateur organise la première exposition dédiée au graffiti à la *Razor Gallery* de SoHo. On y présente des œuvres sur canevas exécutées dans le style graffiti qui sont vendues entre 200 \$ et 3 000 \$. Par la suite, certains membres de l'UGA se dirigent vers un « nongraffiti style », toujours sur toile, afin de « waking up into the higher art » (Castleman, 1982 : 122). On peut soupçonner que c'était là le but du projet, de les amener à se détacher du style graffiti. Du moins, ils adhèrent facilement à une conception élitiste du monde de l'art dans lequel ils veulent s'élever en quittant le graffiti. La NOGA (Nation of Graffiti Artists), fondée en 1974 par Jack Pelsinger, s'intéresse à ce que fait l'UGA depuis sa première exposition. Pelsinger déplore l'attitude raciste de Martinez et la conception purement élitiste qui veut que seuls des graffitistes expérimentés soient admis dans le groupe.

Après cette première vague d'expositions sérieuses, suit l'ouverture en 1981, d'une galerie spécialisée en graffiti, la *Fun Gallery*. Poisson utilise l'expression « art graffiti » pour désigner le graffiti sur toile, qui n'est pas l'équivalent des graffiti tout court, mais plutôt leur institutionnalisation. Les artistes reconnus pour leurs œuvres sur le métro sont invités à transposer leur art urbain sur des toiles. Des bribes d'entrevues cités par Poisson illustrent l'opinion des graffitistes devenus artistes : pour eux, le véritable graffiti se fait sur les murs et dans le métro, tandis que sur les toiles ils font de la peinture et c'est légal. Ils sont passés à autre chose, tout simplement, et se permettent dès lors de juger leurs œuvres légales comme plus sérieuses, plus artistiques que ce qu'ils faisaient par le passé. On voit déjà ici se profiler les problèmes éthiques que pose cette récupération du graffiti par des formes institutionnelles.

L'organisation de multiples événements réunissant des graffitistes autour d'un nouveau médium crée un engouement. Cette forme d'art a maintenant été domestiquée : on peut se déplacer pour aller l'admirer dans un lieu qui lui est réservé, exactement comme pour n'importe quel artiste digne de ce nom. Une anecdote rapportée par Miller illustre très bien l'ampleur que prend ce phénomène de mode. Le graffitiste Blade mentionne que le graffiti authentique est dévalorisé par plusieurs, mais paradoxalement, des gens collectionnent cet art sur toile et payent cher pour des œuvres : « Blade, whose paintings have been bought by wealthy European collectors, observes that the official stance of elected public officials is contradicted by their private actions, in this case the alleged purchase of a Blade piece by former mayor Ed Koch, whose antigraffiti campaign was notorious for its razor fences and attack dogs » (Miller, 2002 : 137). C'est un bel exemple de

domestication d'un phénomène qu'on ne comprend pas. On doit se l'approprier et le faire entrer dans le circuit traditionnel de l'art pour qu'il devienne compréhensible et acceptable. On doit surtout comprendre que le graffiti devient une forme d'art légitime, appréciable et digne d'intérêt seulement et uniquement au moment où il est pris en charge par des instances qui relèvent du domaine de l'art, tel qu'on le conçoit normalement. « Graffiti on canvas, graffiti as art work or art object, clearly is the invention of the institutions of art - the university, the gallery, the critic, the collector » (Stewart, 1987 : 173-174).

Toutefois, ce transfert sur toile et le changement des conditions de production pose problème dans l'identification de ce qu'est un graffiti. Bien entendu, les œuvres que produisent sur toile les graffitistes ne répondent plus du tout à la définition du graffiti proposée en début de texte. On est en droit de se demander si cette forme d'art mérite réellement d'être appelée *graffiti*, à quel point on peut la rapprocher des authentiques graffiti de rue? Le passage du graffiti sur train ou mur au graffiti sur toile s'avère la transposition d'un médium à un autre, un peu comme une adaptation ou une traduction. Dans cette optique, cela va de soi que le graffiti ne puisse plus être considéré comme du graffiti à proprement parler, à partir du moment où il est réalisé dans un autre médium qui impose ses propres contraintes. De nombreux auteurs ont souligné que ce transfert sur toile et l'univers de la galerie d'art dénaturent le graffiti.

Les changements et conséquences seront exposés à travers leurs propos, en commençant par une citation de Poisson qui décrit le résultat de l'institutionnalisation comme de « l'art graffiti » :

« On assiste donc, avec la relative institutionnalisation d'une pratique issue de la rue, à la naissance de l'art graffiti. Mais est-ce bien encore des graffiti? Les graffitistes ont été encouragés à transposer leurs créations sur des toiles dans un format "tableau". C'était là un pari intenable : ceux qui réussissent le mieux à effectuer le passage de la rue aux galeries sont ceux qui "dépassent" les graffiti, c'est-à-dire ceux qui font des variations sur le thème et ceux des écoles d'art, dont les travaux n'ont jamais cousiné que de très loin les *pieces*, par le seul support parfois » (Poisson, 1994b : 122).

D'emblée, Poisson pose la question de ce qui subsiste du graffiti après sa réorientation vers un autre médium. Les conditions de production et de réception sont totalement transformées, les outils techniques ne sont plus nécessairement les mêmes, la signature n'est plus tenue d'être le sujet central, la démultiplication exponentielle est devenue impossible tout autant que les œuvres en format géant. Hager, de son côté, soutient que le transfert sur toile est un processus réducteur qui fait disparaître les qualités essentielles du graffiti, et une partie de son esthétique propre : « Unfortunately, many writers found it difficult, if not impossible, to make the transition from guerrilla outlaw to studio painter. Graffiti murals depended largely on size, color, and constant movement, and the work lost

much of its impact when put on small, static canvases » (Hager, 1984 : 74). Les Murray abondent dans le même sens en mentionnant que, l'entrée du graffiti dans les galeries a changé sa nature : « It has been argued that by taking graffiti out of its "natural" street surroundings, it loses its intended impact and meaning. [...] The images are supposed to be seen along with their surroundings in order for the viewer to obtain the full impact. When graffiti enters a gallery it is no longer a form of public art, free for all to see and draw their own conclusions » (Murray et Murray, 2002 : non paginé). Bref, le passage de la rue à la galerie engendre des difficultés et de nouvelles réalités qui ne sont pas sans conséquences sur la nature du graffiti. Finalement, pour Riout, ce n'est rien de plus qu'une toile qui emprunte vaguement au style du graffiti de rue, rien à voir avec le graffiti authentique : « Les interdictions juridiques ne les concernent pas. Leurs supports restent ceux de toute peinture. Enfin, ils ne sont pas offerts à la délectation de chacun sans pouvoir être possédés par quiconque. Dans ces œuvres, il ne subsiste qu'une connivence stylistique avec les graffitis » (Riout, 1985 : 72).

Les nouvelles conditions de production qu'offre la réalité de la peinture sur toile et de l'exposition en galerie diffèrent totalement de celles qu'ont connues les graffitistes dans la rue. Ces conditions de production ont nécessairement un effet sur le produit final, en plus d'amoindrir le lien entre les graffiti originels et ce que les graffitistes créent sur toile.

« Dans le processus de récupération des graffiti, puisqu'il faut bien appeler les choses par leur nom [...], à peu près tout ce qui faisait leur particularité a disparu : l'obsession du nom, l'impératif de vitesse et d'incognito rejoignent le mode de production et le contexte d'énonciation, les premiers évacués, forcément. On ne peut pas répéter son nom à l'infini puisqu'il faut maintenant qu'en bout de ligne on obtienne un objet d'art unique » (Poisson, 1994a : 134).

La position de Poisson est bien claire : il subsiste vraiment peu ou pas de caractéristiques du graffiti, une fois qu'on a voulu lui faire apprivoiser le médium traditionnel du canevas. Stewart poursuit dans la même lancée en affirmant que les traits de base caractérisant le graffiti sont évincés du graffiti domestiqué par les formes institutionnelles de l'art : « [...] [T]he appropriation of graffiti by the art establishment has meant the retention of the signature, the mode of execution and reproduction, equally essential to the graffiti aesthetic have been dropped » (Stewart, 1987 : 172). Ces deux auteurs mettent en lumière que le graffiti sur toile engendre de toutes autres conditions de production. Par exemple, lorsqu'il travaille sur les trains de New York, le graffitiste ne voit pas son œuvre en entier, en raison du manque d'espace et d'éclairage, avant que le train ne reprenne du service au petit matin. La création sur toile permet du recul, laisse place à des retouches, exige moins de spontanéité. Et surtout, la galerie ne peut pas accueillir l'importante communauté de graffitistes qui donnent vie au mouvement. C'est déjà un pas vers la réduction du phénomène et vers une forme d'élitisme.

Le journaliste Richard Labbé aborde cette problématique du graffiti légal et légitimé par le monde de l'art et sa contradiction des principes fondamentaux du graffiti. « Le genre n'est-il pas né dans les rues de New York, il y a plus de vingt ans parce que, justement, les artistes de la rue désiraient sortir des sentiers battus? Le trip du graffiteur ne réside-t-il pas dans le caractère illicite de sa démarche? Dans le refus global des conventions déjà établies en arts visuels? » (Labbé, 1997 : D3). Il poursuit son interrogation en interviewant Zilon, le doyen du graffiti montréalais. Zilon qui participe à l'exposition *Urban Expressionism*, au café Kilo, rétorque que le véritable graffiti est *underground*, très brut et ce n'est pas quelque chose à vendre. Il ajoute à propos de l'exposition : « Ce que tu retrouves ici, ce n'est pas du graffiti. C'est un art dérivé du graffiti. Il y a un travail d'exploration, un mélange; on sort les pinceaux, on touche à des matières différentes comme l'acrylique et le "air-brush". Tu fais pas du "air-brush" dehors! » (Labbé, 1997 : D3). C'est très intéressant de constater qu'un ancien graffitiste avoue avec lucidité que son travail sur toile n'est pas l'équivalent du véritable graffiti. C'est une forme d'adaptation qui transforme la nature de ce qui est produit, ce qui en fait quelque chose de différent du graffiti bien que « Des éléments intrinsèques au graffiti sont tout de même présents (formes tracées à la bombe aérosol ou au crayon-feutre, lignes brisées, personnages de type BD) » (Labbé, 1997 : D3).

Par cette récupération quelque peu malhonnête, le monde de l'art s'approprie et domestique le graffiti en le dénaturant. Mais pendant ce temps, le graffiti authentique continue pourtant d'exister sur les trains et les murs. Cette forme de graffiti ne reçoit aucunement les faveurs du monde de l'art qui l'a travestie. Au contraire, le graffiti à l'état pur et sauvage est dévalorisé par rapport à l'alternative du graffiti sur toile. Ainsi, la reconnaissance du graffiti à laquelle prétend s'adonner le monde de l'art n'est qu'une vaste illusion. Les auteurs Louis et Prinaz qualifient cette reconnaissance illusoire d'hypocrisie, parce que seulement certains privilégiés pénètrent dans les frontières du marché de l'art (activité notable et rémunérée), alors que ceux qui œuvrent dans la rue sont toujours traités comme des voyous : on ne reconnaît pas davantage leur talent. Ces derniers ne sont pas payés, au contraire, ils payent des amendes. « Le mur est "offert" par le pouvoir, ou il est interdit » (Louis et Prinaz, 1990 : 200). Pour évaluer le mérite du graffiti, on ne se base nullement sur la reconnaissance de la valeur esthétique ou de la démarche artistique du graffiti, seulement sur son degré d'accord avec le pouvoir. L'ironie que pose cette récupération est que la reconnaissance du graffiti passe nécessairement par la galerie, par le monde de l'art institutionnalisé et du coup dévalorise ce qui n'y est pas, c'est-à-dire le graffiti à l'état brut et sauvage dans la rue. L'institutionnalisation, ce n'est pas reconnaître le mérite du graffiti comme forme d'art, c'est se donner une chance de dévaluer le « vrai graffiti » qui fait piètre figure devant ses confrères reconnus socialement, artistiquement et

économiquement. Pour les graffitistes, la reconnaissance de la société en général passe seulement par la domestication et l'entrée dans les frontières de l'art établi. Ce qui s'en écarte, c'est-à-dire les origines mêmes du graffiti, est dévalorisé, ironiquement, par ce mouvement de récupération. On ne leur propose pas un moyen de faire reconnaître le graffiti, seulement un moyen de se faire reconnaître comme artiste par un chemin tracé d'avance vers la galerie d'art, la toile, bref l'institution.

Valeur marchande

On a vu au chapitre 5, que le graffiti était largement teinté des valeurs de la culture dominante. Malgré son souci d'efficacité, son association avec la publicité et la production de type industrielle, l'idéologie capitaliste et sa figure de valeur marchande était la seule facette de la culture dominante qui n'avait pas réussi à contaminer le graffiti. Le seul trait parfaitement marginal que l'on puisse attribuer au graffiti, c'est qu'il évolue en dehors des circuits commerciaux et de la logique de l'offre et de la demande. Les graffiti illégaux sont faits pour le plaisir et la gloire et non pas contre une rétribution monétaire. La récupération institutionnelle aura eu raison de cette résistance, en transformant le graffiti en objet de commerce et en lui attribuant une valeur marchande. Comme quoi, dans la société de consommation, même la délinquance s'achète. Cette réification du graffiti est en désaccord flagrant avec ses fondements : « Graffiti et forme marchande ne peuvent coexister : les uns s'éteignent dans l'autre. Des graffiti que l'on peut vendre, ce ne sont pas des graffiti » (Poisson, 1994a : 133).

Comme il a été suggéré précédemment, les graffiti désertent l'idéologie propre au système capitaliste, d'abord par leur mépris de la propriété privée, ensuite par leur caractère gratuit à l'origine. L'idéal du graffiti est celui d'une œuvre publique qui s'offre volontiers à tous les citoyens, simplement pour égayer la grisaille du paysage urbain. Pour demeurer aussi accessible, le graffiti doit nécessairement être gratuit et non pas soumis aux lois du marché. Checho souligne : « If you do a drawing and you keep it or you give it away or sell it to someone, it's private, belonging to one person. But graffiti is put in a place in such a way that everyone can enjoy it » (Chalfant et Prigoff, 1987 : 78). Il est question d'un art public offert gracieusement, sans discrimination, qui fait simplement irruption dans la vie et dans la ville, contrairement à l'art dans les circuits traditionnels.

Poisson précise, en se basant sur l'article de Susan Stewart, que la récupération du graffiti par la société de consommation est véritablement ironique, puisque le graffiti cherchait justement à s'en éloigner, par la négation de la valeur marchande et de la propriété privée. Comme il devient une

sous-culture autonome qui évolue en dehors du monde de la consommation, il représente une menace pour l'ordre du pouvoir et c'est pourquoi on l'insère dans le système institutionnel, comme pour pouvoir le dompter et le soumettre aux lois du marché. Le système de l'offre et de la demande dans lequel le graffiti se laisse intégrer reflète que l'institutionnalisation du graffiti n'était qu'un effet de mode. Effectivement, selon White et Witten, dès 1992, les collectionneurs américains n'ont plus d'intérêt pour le graffiti sur toile et chaque exposition semble organisée sous le thème de la nostalgie.

Désaccord dans l'univers du graffiti

Cette entreprise de récupération du graffiti vers des formes institutionnelles ne fait pas l'unanimité dans la communauté du graffiti. Plusieurs s'y opposent vivement, alors que d'autres en profitent, ce qui a pour effet de lancer un débat à propos de l'honneur du graffiti. C'est ce conflit entre deux idéaux irréconciliables du graffiti que met en scène le film *Wild Style* réalisé par Charlie Ahearn en 1982. D'un côté, le graffittiste Zoro (interprété par Lee Quinones) qui tient à préserver l'authenticité du graffiti, son caractère hors-la-loi et de l'autre, l'impresario Phade (interprété par Fab Five Freddy) qui tente de trouver des contrats légaux à des graffitistes et de médiatiser leur travail. Après avoir rencontré une journaliste qui s'intéresse au graffiti et des gens du milieu de l'art curieux, Zoro finira par s'adonner au graffiti sur canevas pour plaire à sa copine Rose (interprétée par Lady Pink) qui réalise des murales légales avec un groupe de graffitistes. Charlie Ahearn cerne parfaitement l'opposition qui scinde la communauté du graffiti : les puristes qui y voient une trahison, contre les opportunistes qui tentent de gagner leur vie. La réification du graffiti est un sujet épineux et controversé.

Selon Miller, ce sont surtout les graffitistes de la toute première génération, les purs et durs, qui résistent à ces formes de récupération par le système capitaliste et le monde de l'art, parce que ça ne rejoint pas les valeurs fondamentales du graffiti : « Other early writers were absolutely against selling their art, the point being that it *was* for free, in defiance of a system that put a price tag on everything » (Miller, 2002 : 154). Ils voient le graffiti sur toile comme une version diluée et appauvrie du véritable graffiti. De plus, leur sentiment d'appartenance à la communauté et à la mythique génération fondatrice font de la commercialisation une trahison : « Wrapped up in issues of tradition come the all-important values of commitment, dedication and fidelity. A writer who is true to the subculture's tradition is seen to be loyal and supportive of its roots. The subculture's roots are deemed important, and in straying from them, legals are often accused of disloyalty » (Macdonald, 2001 : 167). Ainsi, on peut affirmer que les graffitistes purs et durs sont contre la

récupération du graffiti vers des formes légales, et plus près des institutions artistiques, dans le but de poursuivre leur propre tradition qui était à l'origine illégale. Ils se positionnent contre l'institutionnalisation afin de respecter leur propre édifice... En définitive, le graffiti légal sort des conventions du graffiti comme tel et est donc, d'un certain point de vue, plus marginal que le graffiti illégal!

D'autres savent très bien que la récupération du graffiti n'est qu'un effet de mode et que la reconnaissance qu'ils peuvent acquérir dans le monde de l'art est somme toute réduite. Nasty dit à ce sujet : « J'aime mieux être une star dans la rue qu'une merde au musée » (Bischoff et Malland, 2000 : 19). La popularité qu'ils gagnent dans leur monde est plus intéressante pour eux que le regard de quelques curieux qui prétendent aimer et connaître le graffiti, simplement pour avoir l'air branché. Comme quoi, même si le graffiti pénètre les frontières bien établies et étanches des institutions muséales, ce sera toujours simplement par effet de mode et pour rester une forme mineure dans l'histoire de l'art.

Toutefois, pour que cette récupération ait lieu, il faut bien que certains graffitistes se prêtent au jeu. Ils y voient une opportunité d'accroître leur gloire, mais aussi de gagner leur vie en faisant quelque chose qu'ils aiment. Vers l'âge de 20 ans, la plupart des graffitistes pratiquent de moins en moins, car ils devront faire face à de plus lourdes conséquences s'ils se font épingler. Aussi, ils doivent assumer des responsabilités d'adulte telles que payer un loyer et des comptes, et même voir aux besoins d'un enfant. Ces graffitistes plus âgés que la moyenne sont des vétérans, au plus au niveau de la hiérarchie, puisqu'ils ont prouvé ce qu'ils avaient à prouver et qu'ils sont alors respectés de tous. Dans cette situation, la raison et les obligations l'emportent sur le désir d'aventure. C'est alors que l'avenue légale devient un compromis pour plusieurs : « Consequently, legality enables writers to nurture both a legitimate, law-abiding lifestyle and an interest in graffiti. [...] With the skills and inclination, a writer can make an income, or certainly supplement one, from doing commercial graffiti work like mural commissions, selling canvas/gallery pieces or perhaps designing tee shirt and clothing prints » (Macdonald, 2001 : 90). Ce sont les impératifs financiers qui obligent les graffitistes à rentabiliser ce qu'ils savent le mieux faire. Toutefois, ils sont conscients qu'ils sortent des frontières de la sous-culture, ce qu'on appelle le « move-over ». Ce sont ces graffitistes travaillant dans l'avenue légale qui permettent et encouragent la récupération du graffiti par des formes institutionnalisées et commerciales. Comme Zoro, ils cèdent aux pressions du milieu et passent à autre chose.

Pratique double

Au-delà du désaccord qui divisait la communauté du graffiti au sujet de son détournement vers des formes socialement admises, les graffitistes d'aujourd'hui trouvent d'autres compromis. Comme le rapportent Murray et Murray, la plupart des graffitistes des années 2000 ont une pratique double, c'est-à-dire parfois légale, parfois illégale. Ils recherchent toujours la décharge d'adrénaline, mais cherchent aussi à gagner leur vie. D'ailleurs, plusieurs graffitistes rapportent que l'un ne va pas sans l'autre, puisque s'il n'y avait pas de graffiti illégal (principalement restreint aux *tags* et *throw-ups* à cause du temps d'exécution limité), les propriétaires immobiliers ne chercheraient pas à résoudre ce problème en embauchant des graffitistes pour exécuter une murale légale de haute qualité artistique. Ce pan commercial occupe aujourd'hui beaucoup de graffitistes dans différentes villes, l'intérêt du monde de l'art ayant décliné. Ce qui étonne, c'est que les graffitistes payés pour dissimuler le problème des *tags* et ceux qui causent ce problème sont les mêmes. Certains graffitistes continuent de soutenir que seul le graffiti illégal est vrai et pur, parce qu'il était ainsi à l'origine, mais comme l'évoque Susan Farrell, cette distinction devient binaire et stérile, puisque le graffiti n'est pas à propos de l'illégalité, mais à propos de la visibilité, chose qui peut être acquise par les murs légaux. Voilà donc pourquoi on n'a eu aucune difficulté à faire du graffiti une marchandise.

Conclusion

L'existence d'un clivage entre les positions des graffitistes et la double pratique qui semble un compromis pour plusieurs peut s'expliquer par la théorie du champ de production culturelle du sociologue français Pierre Bourdieu. Selon Bourdieu, le monde artistique comporte deux pôles distincts, d'une part : 1) le champ de production restreinte, dit aussi le pôle de la valeur symbolique ou de l'art pour l'art :

« [...] [L]'économie anti-économique de l'art pur qui, fondée sur la reconnaissance obligée des valeurs de désintéressement et sur la dénégation de l'"économie" (du "commercial") et du profit "économique" (à court terme), privilégie la production et ses exigences spécifiques, issues d'une histoire autonome; cette production qui ne peut reconnaître d'autre demande que celle qu'elle peut produire elle-même, mais seulement à long terme, est orientée vers l'accumulation de capital symbolique [...] » (Bourdieu, 1998 (1992) : 235).

2) D'autre part, le champ de la grande production, dit aussi le pôle commercial, celui de la valeur marchande : « [...] la logique "économique" des industries littéraires et artistiques qui, faisant du commerce des biens culturels un commerce comme les autres, confèrent la priorité à la diffusion, au succès immédiat et temporaire. mesuré par exemple au tirage. et se contentent de s'ajuster à la

demande préexistante de la clientèle [...] » (Bourdieu, 1998 (1992) : 236).

Lorsqu'on analyse la situation du graffiti avec pour grille de lecture la théorie de Bourdieu, on se rend vite compte que le graffiti est passé d'un pôle à l'autre ou du moins, qu'il est tiraillé entre les deux. Le pôle de production restreinte représente le graffiti illégal et non-rémunéré, présent sur les trains et murs de la ville, exécuté pour les pairs et répondant aux critères du milieu. Tandis que le pôle de la grande production correspond au moment où on fait du graffiti une marchandise, où le succès devient de nature commerciale et répond à une demande passagère. Cet engouement soudain traduit davantage un phénomène de mode et confère une gloire instantanée à des artistes qui diminuent leur chance de marquer leur époque de façon symbolique, selon la dichotomie décrite par Bourdieu, puisque le succès économique bref est incompatible avec le succès symbolique à long terme (ce qui correspond au *getting up* dans le cas du graffiti) : « [...] [L]e succès immédiat a quelque chose de suspect : comme s'il réduisait l'offrande symbolique d'une œuvre sans prix au simple "donnant, donnant" d'un échange commercial » (Bourdieu, 1998 (1992) : 246). Pas étonnant donc que certains graffitistes voient dans les expositions en galeries une trahison des valeurs essentielles du graffiti, puisque ce faisant, le graffiti passe d'un champ de production du type art pour l'art à un champ de production de nature simplement commerciale.

Pearlman, pour sa part, explique le phénomène de récupération du graffiti en soutenant qu'il était prévisible. Elle utilise l'expression « subversive complicity » pour décrire les relations complexes d'attraction répulsion qui unissent certaines sous-cultures, telle que le graffiti, à la culture dominante. La sous-culture graffiti est particulièrement intéressante, puisqu'elle s'avère à la fois une résistance et une subordination au *mainstream* : « For example, graffiti artists' defiance of "mainstream" categories of art and propriety was in fact bound up with their search for recognition by that very same normative culture » (Pearlman, 2003 : 100). Elle ajoute que le graffiti est victime de sa fascination non avouée pour la culture dominante : « In essence, although a resistant element surely existed within the graffiti subculture, there was also a constituency that desired recognition by the very world that represented Graffiti Art's antagonists - legitimate art, big-money art, elite art » (Pearlman, 2003 : 102). Par conséquent, le passage du graffiti vers l'art commercial était presque inévitable, même si cela ne respecte pas les origines premières du graffiti : « Every art form that comes from the grass roots, somebody will make the leap and make it a commercial success. The first few pioneers will get slammed, and people will say they are not pure, but other people will jump on it. This has happened with graffiti » (Murray et Murray, 2002 : non paginé). D'autant plus que, dans le cas du graffiti, il y avait un accord idéologique préalable, étant donné les nombreux liens

existant entre la culture dominante et la sous-culture du graffiti qui la recrée dans une marginalité illusoire.

Chapitre 7

Récupération du phénomène graffiti

Le graffiti comme source d'inspiration

Le graffiti sur toile exposé dans les galeries et musées se retrouve sous deux formes. Le chapitre précédent traitait de la réorientation des graffitistes de la rue encouragés à travailler sur toile. Le présent chapitre aura comme objet le travail d'artistes peintres reconnus par le monde de l'art et qui s'inspirent des graffiti urbains dans leurs créations. Même si on associe à tort leurs œuvres au domaine du graffiti, ces artistes n'ont absolument jamais oeuvré à l'extérieur des murs de leur studio, et ne connaissent pas davantage la sous-culture du graffiti (son histoire, ses membres, ses techniques, etc.). Pourtant, on les expose sous le thème du graffiti...

Un exemple frappant de cette imposture est clairement illustré dans le catalogue de l'exposition *Aesthetics of Graffiti* présentée au San Francisco Museum of Modern Art en 1978. Déjà, au chapitre précédent, on soulignait que l'œuvre sur toile des graffitistes n'était pas compatible avec la nature des véritables graffiti. Ici, on bafoue carrément la nature des graffiti et tout ce qui les caractérisent, pour ne conserver qu'une vague inspiration esthétique, si vague qu'elle devient imperceptible. Pourtant, cette exposition est clairement reliée au monde du graffiti, comme l'indique son titre. Les artistes réunis par cette exposition sont, nous dit-on, influencés émotionnellement, intellectuellement ou visuellement par le graffiti de tous les jours. C'est le summum de la récupération, voire même du recyclage, car on s'approprie le matériau graffiti pour en faire totalement autre chose. Par ce lien esthétique ténu, le graffiti devient le style de tout le monde, par effet de mode, sans même être lié à la signature, au lettrage ou à l'aérosol. Dans sa présentation, le commissaire de l'exposition explique que, « Through the process of conscious integration by studio artists, graffiti thus become officially sanctioned "fine art" » (Catalogue d'exposition, 1978 : non paginé). Bref, en confiant à des artistes un style prétendument inspiré du graffiti, on parvient à faire du graffiti de l'art. Dans cette vision très élitiste, le graffiti est susceptible d'entrer dans les rangs de l'art, seulement s'il est exécuté par des artistes légitimés. Du coup, on dévalorise totalement le graffiti dont s'inspirent ces « véritables artistes ».

De plus, en organisant des expositions de la sorte, on laisse croire à un public d'intellectuels que le graffiti digne d'appréciation consiste en cela, sans parler de son histoire urbaine et *underground*. Conséquemment, on discrédite l'authentique graffiti brut qui se retrouve dans les

villes, car il paraît plus sauvage, moins accessible intellectuellement, plus marginal que ce qu'on nous présente dans les musées comme étant « Le graffiti » : le rassurant graffiti transformé en art digeste. De façon évidente, les bourgeois ont domestiqué ce phénomène en vogue, pour mieux l'appréhender, en oubliant ses fondements. On parlera simplement de « l'esthétique du graffiti », dans la mesure où le graffiti originel a influencé l'art contemporain américain. On ne laisse même pas planer l'idée que ce qui se trouve dans la rue peut être qualifié d'art. Vraisemblablement, l'art est ici conçu comme une œuvre exposée dans un musée et créée par un artiste reconnu comme tel, pas par un voyou. On conçoit les œuvres formant cette exposition comme un produit artistique dérivé du « street graffiti ». Ces œuvres appelées « graffiti-like images » sont le meilleur exemple de récupération par l'institution artistique, tout en laissant ironiquement les graffitistes à la porte du musée. De toute façon, comme le suggère Crimp en rapportant les propos de Rubin¹³, le musée semble devenir moins apte à accueillir certains types de manifestations artistiques : « [...] Rubin explains that museums are essentially compromise institutions invented by bourgeois democracies to reconcile the larger public with art conceived within the compass of elite private patronage. This situation, Rubin suggests, might be coming to an end, making museum irrelevant to the practices of contemporary art » (Crimp, 1993 : 85-87).

Esthétique récupérée dans les médias

Bien au-delà des frontières du musée, l'esthétique et l'imagerie du graffiti sont également utilisées dans les médias à des fins purement commerciales. Le graffiti devient un moyen de faire vendre, un moyen de faire de l'argent. D'abord, la culture populaire s'empregne facilement des mythes entourant la pratique du graffiti. La télévision en fait même un objet de curiosité et de délectation, en traitant le graffiti comme un sujet de fiction. Par exemple, la télésérie québécoise *Deux frères*, diffusée il y a quelques années, mettait en vedette un jeune délinquant nommé Zachary (interprété par Benoît Langlais), qui se fait enrôler dans un *crew* montréalais. Il exerce d'abord son talent au *air-brush* avant de s'attaquer aux murs de la ville avec ses amis. Après s'être fait intercepter par la police, il s'adonnera à la peinture sur toile dans les locaux d'un organisme communautaire, sous la supervision d'une travailleuse sociale. Cette télésérie avait d'ailleurs atteint de très bonnes cotes d'écoutes. Le dévoilement du monde secret et intrigant de la délinquance juvénile et de l'art de rue marginal y étaient certainement pour quelque chose.

Par ailleurs, la publicité recourt elle aussi à des formes rappelant le graffiti et son esthétique, pour s'attirer du succès. Par exemple, on affichera un slogan ou une marque de commerce dans un

¹³ Pronos tenus dans *Artforum* 13 no 2. 1974.

style et un lettrage rappelant celui du graffiti ou encore, on utilisera le graffiti comme décor. La récente publicité lancée par la boisson gazeuse *7Up* est un excellent exemple d'emprunt à l'imagerie et l'esthétique de la culture hip-hop. D'abord, l'action se passe dans ce qui semble être une ruelle ou un terrain de jeu en béton dont les murs sont entièrement ornés de graffiti. On semble vouloir recréer l'atmosphère à la fois branchée et délinquante des rues de New York. De plus, les protagonistes exécutent différents mouvements de *break-dance*, un art de rue proche cousin du graffiti, le tout sur une musique rap. Bien entendu, ce genre de campagnes publicitaires vise un public cible bien précis, celui de la jeunesse. Riout précise que, lorsque la publicité utilise le graffiti à l'intérieur d'une campagne, c'est pour vendre les valeurs qui lui sont associées (jeunesse, liberté, attitude décontractée, branchée) en même tant que le produit. Le graffiti est aussi utilisé dans les décors de films pour créer une atmosphère spécifique reliée au milieu urbain, aux quartiers défavorisés ou à la criminalité. Dans l'ouvrage rédigé par Miller, le graffittiste Zephyr pose une distinction importante quant à la récupération de l'imagerie du graffiti par la publicité. Il soutient que dans les années 80, alors que les graffittistes étaient encore jeunes, les compagnies se servaient de cette imagerie comme bon leur semblait. Mais aujourd'hui, les compagnies engagent les adultes qui sont issus de la culture graffiti, de sorte que l'imagerie est reproduite par des membres de cette sous-culture et non pas par un directeur artistique qui s'y connaît plus ou moins. En ce sens, les graffittistes n'y voient plus une forme de vol, mais une forme de vente.

De surcroît, le graffiti n'est pas seulement utilisé pour mousser les ventes, il est aussi à vendre et se fait sa propre publicité. Effectivement, de nombreux produits directement liés à la pratique du graffiti, ou dont le design s'en inspire, créent une véritable industrie du graffiti. Bien entendu, il y a d'abord les compagnies de peinture qui trouvent une part de leur marché chez les graffittistes. Murray et Murray rapportent que, dans les années 2000, la marque de peinture préférée des graffittistes est la Belton, fabriquée en Allemagne. Cette compagnie fabrique des lignes de produits spécifiquement conçues pour les graffittistes telles que Molotow. Elle va même jusqu'à embaucher des graffittistes de renom pour connaître leurs besoins en matière de graffiti et les faire tester différentes sortes de peinture, pour développer un meilleur produit. Les compagnies telles que Belton reconnaissent parfaitement qu'une part de leur profit provient directement des achats de peinture effectués par les graffittistes. Peu importe ce que les graffittistes feront avec cette peinture, Belton y voit une occasion d'affaire. Outre la peinture, plusieurs boutiques spécialisées offrent des accessoires aux graffittistes : embouts pour les bombes de peinture, marqueurs divers, gants, masques, etc. Le graffiti est si répandu qu'il est devenu un marché avec une demande réelle.

Aussi, cette industrie du graffiti produit de nombreux magazines sur le sujet ainsi que de nombreux films. Les graffitistes adeptes ont maintenant à leur disposition une quantité impressionnante d'informations, en plus d'avoir accès aux accomplissements des graffitistes des autres villes. Pas étonnant qu'une multitude de sites Web traitant du graffiti soient en ligne. La présence de ces produits confirme l'existence d'une communauté, mais atteste aussi que le graffiti est bel et bien devenu un phénomène commercial. On retrouve d'ailleurs des lignes de vêtements qui arborent des logos de type graffiti. Le graffitiste montréalais Flow, célèbre pour son *throw-up* réalisé sur la structure du pont Jacques-Cartier, a d'ailleurs lancé sa propre ligne de vêtements il y a quelques années, tout comme Mark Ecko qui a la faveur des jeunes arborant un style vestimentaire hip-hop.

Après les téléseries, la publicité et l'industrie du graffiti qui s'enrichissent en exploitant le phénomène, c'est maintenant au tour de l'industrie du jeu vidéo. Effectivement, en août 2004, les actions de la société Infogrames (jeux vidéos Atari) grimpaient de 20,5 %, suite à l'annonce du lancement du jeu « Marc Ecko's Getting Up : Content Under Pressure » prévu pour 2005. Le jeu propose de se glisser dans la peau de ce graffitiste du New Jersey. « Après la reconnaissance par la mode, la publicité et les médias, voilà donc que cette activité parfois délictueuse qu'est le graffiti obtient la reconnaissance suprême de nos sociétés libérales : celle de la bourse qui se réjouit qu'un jeu en fasse la promotion et qui anticipe son immense succès. Qui dit mieux? » (*Graffbombz*, sept-oct 2004, no 22 : 03). On peut toutefois se demander si c'est véritablement là une reconnaissance ou plutôt une simple récupération purement intéressée. En définitive, l'industrie très lucrative du jeu vidéo reconnaît la valeur marchande et le potentiel commercial du graffiti, en récupérant et en exploitant cette sous-culture mythique à des fins capitalistes.

Appropriation du médium comme stratégie publicitaire

La publicité qui a déjà plagié l'esthétique du graffiti va beaucoup plus loin dans sa logique d'appropriation, en usurpant sans tracas le médium qu'est le graffiti. La publicité s'empare carrément du graffiti, ou des formes qui lui sont associées, pour faire vendre un produit. La première facette de cette usurpation s'exprime au niveau de la recherche d'impact que poursuit éternellement la publicité. Elle reprend donc les lieux et la visibilité qu'ont exploités les graffitistes, en enveloppant les trains, les autobus et les camions d'images publicitaires. C'est bien sûr un potentiel de visibilité qui avait été saisi par les graffitistes dès le départ. La publicité récupère donc l'ingéniosité du graffiti pour différentes campagnes de promotion. Miller rapporte, qu'en octobre 2000, la Metropolitan Transit Authority (MTA) a décoré la devanture d'un train pour supporter l'équipe de baseball locale (les Mets

de New York). Voici un emprunt flagrant de ce que les graffitistes ont développé 30 ans plus tôt, mais dont la valeur était alors niée par la MTA. Cette récupération trop évidente laisse un goût amer aux graffitistes comme Ezo : « You see the way they are wrapping city buses with advertisements. That all comes from graffiti... from the trains. Which is like a hypocrisy... like we couldn't do it but they can because they are making money out of it » (Murray et Murray, 2002 : non paginé). Pourtant, ils devraient s'en réjouir, car cette réutilisation du concept prouve qu'il était particulièrement ingénieux : « Writers could be bitter about the co-optation of their ideas. Instead, some writers find the corporate use of their ideas affirming of the power of their visions » (Miller, 2002 : 176). Cette tendance a également été exploitée à Montréal où les wagons de métro ont été littéralement emballés par des publicités de Bell Canada, du Grand Prix Molson Indy et même de l'Université de Montréal. Les autobus de la Société de transport de Montréal (STM) n'y ont pas échappé : on les a récemment vus enveloppés par la publicité de l'émission *Cover Girl* présentée à Radio-Canada. On observe également cette tendance sur les camions de transport qui ne se contentent plus d'apposer leur nom de commerce, mais de véritables murales publicitaires sur les parois du véhicule.

La seconde facette de l'exploitation du médium graffitique à des fins publicitaires se retrouve dans l'imitation des graffiti. Effectivement, certains promoteurs ont utilisé des pochoirs et des bombes aérosols pour créer des graffiti parfaitement illégaux qui annonçaient un événement.

« Le contexte varie en tout cas, surtout quand le contenu signifié est "dégraffité" comme ici au Québec, où les pochoirs ont été recyclés à des fins publicitaires par des maisons d'édition, des distributeurs de films, des groupes de musique, des bars. Cette mise à profit commerciale constitue peut-être la récupération la plus radicale du phénomène parce qu'agissant de l'intérieur, se saisissant carrément du médium au lieu de se contenter de copier son esthétique » (Poisson, 1994a : 139).

Parmi les campagnes publicitaires qui ont choisi le graffiti comme mode de communication, on retrouve notamment celle du bar alternatif montréalais *Les fousfounes électriques* qui faisait circuler son nom dans la métropole pour attirer la clientèle. Les distributeurs du long métrage *Nikita* ont également opté pour ce moyen non orthodoxe d'annoncer la venue du film à Montréal. Ce fut aussi le cas pour le film *Trainspotting* qui a laissé sa marque sur les trottoirs de l'avenue Mont-Royal pendant l'été où il était en salle. Le groupe rock francophone *Vilains Pingouins* s'est aussi démarqué il y a quelques années par des graffiti à son effigie. Finalement, l'artiste peintre montréalais ZYK a utilisé le graffiti pour faire la publicité de ses expositions de toiles. Il avoue que ce moyen a été choisi uniquement dans le but de faire circuler son nom et que l'exécution de ces graffiti était plutôt ennuyante. Cette stratégie de publicitaire plutôt marginale (même si elle n'est pas originale), vise une clientèle bien ciblée. On cherche à rejoindre des gens susceptibles d'être attentifs à la présence de

graffiti. De plus, on déploie cette tactique seulement dans les quartiers qui s'y prêtent, c'est-à-dire le Plateau Mont-Royal et le centre-ville de Montréal.

Chapitre 8

Récupération intellectuelle

Savoir académique

La forme de récupération la plus sournoise et insidieuse ne se retrouve ni dans le monde de l'art, ni dans celui des médias. En fait, la récupération qui est la plus susceptible de dénaturer le phénomène du graffiti est celle qu'exécutent les écrivains, journalistes et intellectuels qui tentent de comprendre et d'analyser un milieu dont ils sont d'emblée exclus. Dans son bref essai sur le thème des graffiti (*Kool Killer ou l'insurrection par les signes*), Baudrillard souligne que la récupération dont sont victimes les graffiti est binaire : d'abord les graffiti sont récupérés en tant qu'art et ensuite « On les interprète (je parle ici des interprétations les plus admiratives) en termes de revendication d'identité et de liberté personnelles, de non-conformisme [...]. Interprétation humaniste bourgeoise, qui part de *notre* sentiment de frustration dans l'anonymat des grandes villes » (Baudrillard, 1976 : 128). C'est à partir de cette observation que le savoir académique qui prend pour objet d'étude le graffiti doit être remis en perspective. Et puisque le présent texte peut être cité en exemple, cet aspect de la récupération dite intellectuelle se veut aussi une autocritique.

La principale caractéristique qui unifie l'univers du graffiti, c'est qu'il se définit en terme de sous-culture. Ceci implique qu'il possède ses propres règles, codes, normes, etc. Même si, comme on l'a vu, ces normes s'inspirent et recréent les valeurs et standards de la culture dominante, il n'en demeure pas moins que le graffiti les exprime de façon singulière. Le graffiti n'est pas simplement un pan de la culture dominante, il est définitivement une sous-culture où des jeunes hommes veulent d'abord et avant tout être reconnus dans leur milieu. Ce n'est toutefois pas une contre-culture, dans la mesure où le graffiti ne propose pas d'alternative nouvelle par rapport aux idéologies de la culture dominante. Le grand désir qu'éprouvent les graffitistes d'évoluer dans une classe à part est donc dilué par chaque regard analytique qui se pose sur leur sous-culture. La sous-culture devient alors de moins en moins secrète, incompréhensible et inaccessible. Plusieurs graffitistes sont d'avis que les intellectuels ont transformé les paramètres de cette pratique à tendance marginale en voulant l'examiner de l'extérieur, ce que confirme Duro : « That's one reason I never chose anything to outsiders; one reason the train movement died is because of all the information that people gave away; it really destroyed our art form » (Miller, 2002 : 107). D'ailleurs, comme on l'a vu plus haut, les graffitistes se sentent carrément obligés de collaborer avec les chercheurs, de crainte qu'ils recueillent des informations erronées. Ils sont victimes de l'intérêt qu'on leur porte. L'ensemble des

facettes de la récupération et de la popularisation du phénomène graffiti a nécessairement transformé les fondements de la pratique.

Par ailleurs, la sous-culture du graffiti étant analysée et vulgarisée par des intellectuels qui ne font pas partie de l'univers étudié, les résultats de recherche sont nécessairement biaisés. Effectivement, un regard extérieur peut sans doute rapporter des faits de façon objective, mais leur traitement est conditionné par des préjugés. On sait qu'une partie des ouvrages traitant du graffiti le discrédite d'emblée, en le traitant comme un crime problématique (les ouvrages rédigés par des criminologues, gens d'affaires, dirigeants, etc. par exemple). Les autres ouvrages, la majeure partie des références utilisées dans le cadre de la présente étude, font en quelque sorte l'apologie des graffiti en les considérant comme un art. Pour s'intéresser à ce phénomène sans avoir pour but de le condamner, il faut inévitablement avoir des préjugés favorables, une curiosité et un intérêt quasi mystique pour la chose, plutôt qu'un dégoût franc et net, ce qui a pour effet que les ouvrages sur le sujet sont dans une certaine mesure le résultat d'un point de vue biaisé.

De plus, l'intellectuel étant intéressé davantage par les extrapolations que la pratique de terrain, sa compréhension du phénomène demeure toujours parcellaire. Effectivement, avec toute l'humilité que cela implique, comment peut-on prétendre connaître et comprendre la sous-culture du graffiti sans jamais en avoir fait, ne serait-ce qu'un seul? Bien sûr, certains auteurs audacieux comme Jeff Ferrell ont privilégié une approche d'observation participante et se sont adonnés au graffiti, mais c'était toujours à titre de chercheur. C'est peut-être une preuve d'honnêteté intellectuelle, mais la compréhension du phénomène demeure interrogeable. Comme le suggère Prime, les graffitistes ne réagissent pas particulièrement bien à la venue d'un étranger : « [...] "Oh shit not another one." Someone trying to be "alternative" by doing their academic work about graf » (Macdonald, 2001 : 236).

Bien entendu, tout cela ne veut pas dire que tous les ouvrages écrits sur le sujet du graffiti sont tous indignes d'intérêt et de mérite. Il faut seulement garder à l'esprit que la démarche qui les précède est purement intellectuelle et suppose un regard externe à la sous-culture. D'une certaine façon, les intellectuels étant des étrangers, ils pourront toujours être accusés d'avoir compris ce qu'ils voulaient bien comprendre et d'avoir tiré des conclusions ou d'avoir tracé des parallèles inexistantes dans la sous-culture à son état brut. Le texte est conçu comme une médiation et non pas comme un enregistrement brut de données objectives¹⁴. En étudiant le phénomène, on le met à distance et on en fait un objet. Pour les graffitistes, leur art est plus qu'un objet qu'on peut placer sous un

¹⁴ Un parallèle peut ici être tracé avec la thèse de Clifford Geertz sur l'anthropologie textuelle.

microscope, c'est un mode de vie. Par conséquent, l'adéquation entre la vision du graffiteur et celle de l'intellectuel est impossible. On verra toujours le graffiti du dehors, comme une curiosité qu'on s'approprie pour tenter de la comprendre.

L'auteure Nancy Macdonald, qui s'est intéressée au graffiti à Londres et à New York, est bien consciente que son regard d'étrangère irrite. Lors de ses recherches et entrevues, elle constate que beaucoup de graffitistes refusent de lui parler, alors que plusieurs accepteront une entrevue seulement après avoir pu valider l'intérêt de la chercheuse auprès d'autres graffitistes. Cette méfiance est imputable à deux sources : d'abord les graffitistes redoutent d'avoir affaire à un agent de police sous couverture et ensuite, ils redoutent le point de vue fermé du chercheur, son incapacité à comprendre la sous-culture, et sa tendance à déformer leurs propos. Sachant que la possible divergence entre la vision des graffitistes et la vision d'une intellectuelle externe à la sous-culture est un point de tension, elle propose aux graffitistes ayant collaboré aux recherches de lire sa thèse de doctorat et de donner leurs commentaires. Elle inclut ces commentaires à la fin du livre publié à partir de sa thèse. Elle reçoit des commentaires positifs, notamment parce que son texte est truffé de citations de graffitistes, ce qui leur permet d'exprimer leur point de vue. Toutefois, les commentaires des graffitistes nous permettent de comprendre ce qu'ils reprochent aux auteurs en général. Prime explique que le point de vue personnel des auteurs domine leurs écrits : « People always write bullshit [...] their theories reveal their state of mind more clearly than ours » (Macdonald, 2001 : 236). Drax, quant à lui, reproche aux auteurs de tomber trop facilement dans les stéréotypes : « The authors just dived into a crescendo of clichés and stereotypes, which, when backed up with inaccurate facts and misrepresentation, resulted in the piece being somewhere between a joke and an insult » (Macdonald, 2001 : 234). On voit donc ici comment cette récupération intellectuelle est susceptible de dénaturer le graffiti.

Déformations

Les conséquences de cette récupération intellectuelle sont tangibles. Certains graffitistes lisent des ouvrages traitant du graffiti pour y dénoter les faussetés et incohérences qu'ils renferment. Le cas de Keith Haring et Jean-Michel Basquiat est probablement le plus éloquent. Effectivement, ce sont deux noms très connus et fréquemment cités dans de nombreuses publications sur le sujet. Les savants qui disent s'intéresser au phénomène du graffiti nomment spontanément et sans hésitations ces deux personnages. Toutefois, ils sont devenus mythiques seulement par la perception erronée qu'on véhiculée les intellectuels et critiques d'art. Ceux-ci ont cru, à tort, que Haring et Basquiat

étaient deux figures de proues représentatives de la sous-culture du graffiti et en ont fait des monuments, sans connaître l'opinion de la sous-culture. Pourtant, ces deux artistes bien qu'appréciés des graffitistes, ne sont pas reconnus dans le milieu! Les musées sont aussi clairement responsables de ce type de simplification. Par exemple, le Whitney Museum présente l'exposition *Graffiti Art Night* (1999) qui prétend retracer l'histoire du graffiti en mettant en vedette seulement Basquiat et Haring. Cette déformation de l'histoire du graffiti a pour effet d'encourager la vision qui veut que seuls les graffitistes ayant percé dans le monde de l'art de façon socialement admise soient dignes d'intérêt.

Mais le problème qui concerne Basquiat et Haring est encore plus profond. La reconnaissance du milieu du graffiti est directement en cause. Keith Haring a toujours adopté une pratique double : il a mené en parallèle des expositions dans les galeries et des décorations gratuites dans le réseau du métro de New York. Toutefois, sa pratique illicite se situait loin du graffiti hip-hop. Haring traçait des dessins à la craie sur les papiers noirs qui recouvraient temporairement les encarts publicitaires situés sur les quais du métro. Il n'a jamais oeuvré avec une bombe aérosol, n'a jamais réalisé quoi que ce soit sur un train et n'avait même pas de pseudonyme! Seuls les policiers considéraient ses dessins comme des graffiti, parce qu'ils étaient exécutés de façon illégale. Jean-Michel Basquiat, quant à lui, a réalisé des *tags* rudimentaires sous le nom de Samo dans la rue vers 1978-80, mais jamais sur les trains, ce qui est le critère premier de reconnaissance pour les graffitistes new-yorkais de cette époque : « One thing that makes a writer member of the elite club is painting a train. To be considered part of the culture, one had to be baptized by the iron carriages, spray can in hand, while leaping over the live third rail. This is the main reason Basquiat and Haring are not considered part of the writer's culture » (Miller, 2002 : 169). Par la suite, Basquiat s'est joint à Dondi et Zephyr le temps d'une exposition. À ce moment, certains critiques incompetents décrivent son style comme du graffiti sur toile, mais le lien stylistique avec le graffiti hip-hop est réellement inexistant. Haring et Basquiat sont toutefois respectés en tant qu'artistes et amis, mais pas en tant que *graffiti artist*, ce qu'ils ne sont pas. Comme le dit Zephyr, la reconnaissance exagérée de ces artistes et leur association au graffiti est une imposture dont sont responsables des intellectuels mal informés : « It's usually only those that get their information from *The New York Times* and *New Yorker* magazine that think Keith Haring represents graffiti. "Oh Keith Haring, yeah, I read about him, he's a graffiti artist." But those of us firmly entrenched in this culture know that Keith Haring was a very sophisticated art student and really did not share the ideologies of our graffiti culture » (Miller, 2002 : 171).

Cet exemple démontre bien comment les perceptions des intellectuels doivent être remises en question, puisqu'elles ne s'accordent pas avec celles des véritables graffitistes. La façon de traiter l'histoire et les faits entraîne une déformation de ce qu'est réellement la sous-culture du graffiti. Après de telles erreurs, on comprend pourquoi les graffitistes hésitent à collaborer avec les chercheurs, puisque certains semblent interpréter cette sous-culture qui leur est étrangère comme bon leur semble. Cette logique d'appropriation intellectuelle du phénomène annonce un clivage entre la pratique vivante du graffiti et son analyse qui engendre des interprétations arbitraires. Bien entendu, la véracité des informations demeure à vérifier et tout n'est pas faux. Toutefois, les angles d'analyse et les conclusions proposées par différents auteurs, bien qu'elles soient fort intéressantes et probablement pertinentes, risquent de ne pas être reconnues par la sous-culture qui les a fait naître. Par exemple, Miller a réalisé une étude exhaustive sur le graffiti de New York, fort bien documentée par des témoignages de graffitistes émérites. Toutefois, Miller se permet de mettre en relation le graffiti avec certaines observations anthropologiques de la culture africaine. Ce sont là des parallèles fort intéressants, mais qui relèvent de la gymnastique intellectuelle et qui tiennent difficilement la route d'un point de vue pragmatique.

Il faut donc garder à l'esprit, qu'en posant notre regard sur une réalité, on l'altère nécessairement. La sous-culture du graffiti ne correspond pas avec exactitude à tout ce qu'on a pu dire à son sujet, d'autant plus que certains intellectuels sont mal documentés. Le graffiti existe à l'état brut et toute intellectualisation de la pratique demeure une forme de récupération qui ne rend pas toujours compte avec justesse de la réalité vécue par les membres de la sous-culture, en plus de transformer la pratique de l'intérieur en participant à une popularisation et une domestication d'un phénomène à l'origine *underground*.

Conclusion

La trajectoire de réflexion empruntée au fil des chapitres étant de nature plutôt théorique, il serait intéressant d'observer brièvement comment s'exprime de façon concrète ce mouvement d'institutionnalisation du graffiti sur la scène montréalaise. Alors que plusieurs villes se contentent de mener la guerre aux graffitistes en procédant au nettoyage systématique des graffiti, la Ville de Montréal promeut la récupération du phénomène par ses mesures de sensibilisation et ses incitatifs encourageant, par le fait même, les jeunes à exploiter leur talent en empruntant d'autres avenues que celle du graffiti illégal. Les mesures municipales qui visent d'abord et avant tout à se débarrasser du problème du graffiti illégal deviennent la pierre angulaire du processus d'institutionnalisation du graffiti à Montréal. On réoriente les jeunes artistes de la rue vers des formes d'expression socialement acceptées. L'ensemble des stratégies adoptées par la Ville de Montréal au sujet des graffiti se veut une rencontre entre la prévention du vandalisme, le travail psychosocial et la promotion de la culture.

Deux axes principaux structurent les initiatives de la ville s'adressant directement aux graffitistes. D'abord, on met à leur disposition des surfaces où ils sont autorisés à pratiquer le graffiti en toute légalité. C'est ce qu'on appelle le Réseau graffiti¹⁵. Ensuite, on propose aux jeunes des projets valorisants et constructifs tels que la réalisation de murales et la participation à des événements culturels et des ateliers d'arts. La Ville de Montréal souligne aussi que, les stratégies déployées à l'égard du graffiti sont réalisées en partenariat avec des institutions tels que la Commission scolaire de Montréal (CSDM), les Maisons des jeunes et surtout le Café Graffiti, un endroit très populaire où « [...] les jeunes peuvent compter sur des moyens valorisants pour faire connaître leurs talents par le biais d'événements culturels tout en bénéficiant d'un accompagnement adapté à leurs besoins¹⁶ ». À mi-chemin entre la répression du vandalisme et la valorisation de l'art socialement acceptable, la Ville de Montréal contribue par son plan d'intervention à orienter le graffiti vers des formes plus institutionnelles. Cette attitude « correcte » que l'on propose aux graffitistes est d'ailleurs illustrée sur un ton humoristique dans *La BD des graffiteurs*, un document produit par la Ville de Montréal qui reflète très bien les préoccupations des jeunes¹⁷.

¹⁵ voir figure annexée en page xxii.

¹⁶ _____, *Graffiti, « tags » et affichages sauvages : Bilan des activités 2001 et Plan d'intervention 2002*, Ville de Montréal, Publications officielles, février 2002, (Préparé par Nicole Sophie Viau), page 13

¹⁷ voir figures annexées en page xix, xx et xxi.

Le Café Graffiti incarne la concrétisation des volontés municipales dans le dossier du graffiti, ainsi que la figure de proue qui encadre et soutient le passage du graffiti vers un pôle plus commercial et traditionnel. La mission de ce pilier du graffiti légal montréalais s'est amorcée dans le cadre de l'Opération graffiti, chapeautée par l'intervenant communautaire Raymond Viger et le peintre Luc Dalpé, tous deux très impliqués dans le Journal de la rue. À l'origine, l'Opération graffiti est un projet communautaire créé en réaction à l'attitude de tolérance zéro adoptée par le service de police de la Ville de Montréal (SPVM). Les responsables du projet croient au talent des jeunes et veulent le mettre en valeur plutôt que de le réprimer. Pour ce faire, ils ont proposé de passer du graffiti illégal au graffiti sur toile. Le moyen imaginé par les responsables pour assurer la transition entre le graffiti urbain et la peinture sur toile était d'offrir des toiles avec un motif de brique comme arrière plan pour que le graffittiste place son œuvre au centre, de façon à laisser voir les briques autour. C'est un lien très faible, pour ne pas dire complètement risible, qui semble vouloir recréer naïvement l'esthétique propre aux murs de la ville, sans se soucier de l'essentiel de cette pratique. D'ailleurs, les jeunes se positionnent contre cette idée et préfèrent travailler sur des toiles blanches, ce que les responsables du projet vont permettre, puisqu'ils désirent se centrer sur les besoins des jeunes. Dans le cadre de ce projet, les jeunes sont appelés à troquer leurs bombes aérosols contre les pinceaux. L'essentiel de l'esprit du graffiti ne semble pas être préservé ici : on assiste plutôt à une entreprise de réinsertion sociale qui exploite l'intérêt pour l'art dont font preuve ces jeunes délinquants. Toutefois, les témoignages des jeunes rassemblés dans l'ouvrage de Viger et Dalpé nous permettent de comprendre que ce projet de graffiti sur toile semble avoir donné un sens à leur vie et à leur art. Le but étant de faire reconnaître leur talent par la société et de leur offrir un moyen de gagner leur vie, il semble avoir été atteint.

Suite à cette première initiative et à la réponse positive des jeunes, Raymond Viger mobilise les ressources du Journal de la rue pour fonder le Café Graffiti en 1995. Situé au coeur d'un des quartiers les plus défavorisés de Montréal où les graffiti pullulent (Hochelaga-Maisonneuve), le Café Graffiti est littéralement devenu le pilier de l'institutionnalisation du graffiti, même si ses visées se situent sur le plan de l'action communautaire et de l'intégration sociale. Ce local destiné aux jeunes offre un milieu de vie, une alternative aux graffiti illégaux, des projets artistiques constructifs et socialement acceptés, des ateliers et de l'emploi. En effet, quelques artistes embauchés par le Café Graffiti offrent des services de multimédia, de graphisme, de murales, de lettrage commercial, de design de t-shirt et de bannière et même d'animation pour les mariages et fêtes de bureau! Mais la majeure partie de la mission du Café Graffiti s'articule autour du graffiti sur toile. Les ateliers animés par de véritables graffittistes reconnus par le milieu (Strike, Ajun et Sage) traitent surtout des

techniques de graffiti, mais aussi de la bande dessinée, de l'illustration graphique et du breakdance. Ces ateliers ont lieu tous les soirs de la semaine et se révèlent une façon de développer les intérêts et habiletés des jeunes graffitistes et de s'assurer qu'ils ne flânent pas dans les rues, planifiant un méfait. Le local se veut aussi un studio et une galerie d'art où on encourage les graffitistes à s'exécuter sur toile, plutôt que de façon illégale. En voulant les amener vers le droit chemin et en leur proposant des activités valorisantes et constructives, on fait la promotion des formes institutionnalisées de l'art et on recrée pour eux les circuits traditionnels de consommation de l'art. Le site Web du Café Graffiti offre d'ailleurs une boutique en ligne où l'on peut faire l'acquisition de graffiti sur toile réalisés par des artistes montréalais (tels que Naes, Monk-E, Rodz, Timer, Ahcer, Kaseko, etc.) dont les prix varient entre 50 \$ et 400 \$. On exploite même la valeur marchande du graffiti jusqu'à la création de produits dérivés : on peut se procurer des répliques d'œuvres sur toile reproduites en format carte postale au coût minime de 1 \$. Que de transitions médiatiques depuis le graffiti originel. Une autre section du site Web tient lieu de galerie virtuelle où chaque artiste peut exposer les toiles réalisées et vendues. On y retrouve aussi une section consacrée aux biographies de plusieurs artistes, ce qui s'éloigne tellement de l'anonymat dans lequel se pratiquait le graffiti urbain à l'origine. Il y a vraisemblablement un marché pour ce type d'œuvre et le Café Graffiti en fait la promotion par toutes sortes de moyens.

Bien entendu, on peut toujours se demander jusqu'à quel point ces toiles doivent être incluses dans les rangs de ce qu'on appelle *graffiti*. Quelques-unes sont exécutées à la bombe aérosol et conservent le style propre à la culture hip-hop, tandis que d'autres ne sont que de très belles toiles peintes par d'anciens graffitistes. Si le lien entre l'œuvre sur toile et le graffiti provient de l'artiste qui opère la transition d'un support à l'autre, on peut se demander ce qu'il adviendra des toiles réalisées par des jeunes qui n'auront même pas eu l'occasion de s'exercer à l'extérieur, conséquence des pressions de l'institutionnalisation grandissante? Le graffiti sera-t-il dès lors qu'un courant pictural parmi tant d'autres, plutôt qu'une pratique à part entière?

Une exposition récente de graffiti sur toile intitulée *De la rue à la Tohu* présentée à la Tohu à Montréal s'inscrit dans ce même questionnement problématique. Le titre de l'exposition évoque d'emblée un clivage entre le graffiti illégal et le graffiti sur toile, ce dernier étant automatiquement valorisé et conçu comme une destination, un achèvement. La formulation du titre suggère une évolution téléologique, comme si ces [graffiti-] artistes jouaient enfin dans les ligues majeures et avaient atteint un nouveau sommet de gloire, préférable à la bassesse de la rue. Pourtant, comme le précise Sino, commissaire de l'exposition, dans son billet de présentation, ce genre d'événement de

format traditionnel, institutionnel et commercial ne fait toujours pas l'unanimité dans l'univers du graffiti : « Une fois encore, les graffeurs s'exposent. Ils s'exposent à la critique de leur communauté car tous ne sont pas en accord ». Dans ce même texte de présentation, Sino cerne le point de tension qui se trouve, d'une part, au niveau de la récupération, véritable trahison qui dénature le graffiti qui vient et doit rester dans la rue et d'autre part, au niveau de la jalousie qu'éprouvent les autres graffitistes devant le succès et la reconnaissance très large qu'engendre ce type d'événement mondain.

Le contenu¹⁸ de l'exposition regroupant six artistes montréalais (Zema, Back 175, Tchung, Porn, Hest 1 et Monk-E) est d'ailleurs très inégal, puisque les toiles exposées s'éloignent et se rapprochent tour à tour de l'esthétique et de l'essence du graffiti hip-hop originellement urbain et illégal. Que ce soit par le format, par le médium utilisé, par le sujet, par le style ou par la thématique développée, certaines toiles sont plus facilement identifiables à l'univers du graffiti tel que la rue l'a vu naître. Mais avant de s'attarder plus en détail à l'analyse et au jugement des œuvres formant l'exposition, il semble de mise de souligner le caractère artificiel et fastidieux d'une exposition portant sur le graffiti. Un lieu aseptisé et sans vie où l'on est contraint de se rendre, où les toiles des artistes sélectionnés sont disposées aux murs de façon équilibrée, planifiée et étudiée, agrémenté de musique populaire ennuyante, ne peut pas prétendre être l'ombre de l'expérience du graffiti conçu comme une offrande publique, qui jaillit somme toute assez librement dans la ville en des endroits et en des moments où l'on n'est pas programmé pour s'adonner à une expérience esthétique.

Ceci dit, certaines des toiles présentées dans le cadre de l'exposition *De la rue à la Tohu* arrivent à exploiter le canevas de façon étonnement imaginative, tout en respectant pleinement l'essence et l'esthétique du volet pictural de la culture hip-hop. On ne parle pas simplement de transposition stérile d'un médium à l'autre, mais d'une adaptation. Par exemple, Tchung travaille avec l'aérosol et l'acrylique sur des surfaces de grand et de très grand format où le geste sous pression et le style caractéristique du graffiti sont palpables. Son œuvre intitulée *Du spirituel dans le béton et dans le graffiti en particulier* est très impressionnante par son format géant, ce qui en fait sans contredit une des pièces maîtresses de l'exposition. Il s'agit d'une œuvre sur bois de forme irrégulière dont le contour est découpé en suivant les traits de la peinture, plutôt que de chercher à s'insérer dans la carrure rigide et prédéfinie d'une toile. On y relève notamment la présence de flèches, un arrière plan éminemment urbain, la représentation des trains et de *caps*, deux éléments centraux de la pratique du graffiti.

¹⁸ Le lecteur me pardonnera de n'avoir pu inclure des images des toiles dont il est ici question. Il était bien entendu interdit de prendre des photos des œuvres exposées et aucun catalogue d'exposition n'était disponible.

Hest 1 n'est toutefois pas en reste, car son unique toile présente très clairement la volonté de ne pas se limiter à la peinture telle qu'on la conçoit traditionnellement (piège dans lequel semblent être tombés plusieurs des artistes participant à l'exposition dont Zema). L'œuvre intitulé *Wild Child* réalisée en *mix médium* de type collage est très clairement ancrée dans l'univers du graffiti. L'artiste a intégré des objets tels qu'un disque en vinyle, une bombe aérosol et un flacon de teinture (utilisé pour remplir les marqueurs) à la composition de la toile. On y retrouve également un plan du réseau du métro de Paris, une photo de Lady Pink (graffiste new-yorkaise légendaire), une photo d'une gare de triage et des billets d'un dollar américain. De plus, Hest 1 a ajouté deux petits textes qui traitent de la bataille d'un point de vue spirituel, qui sont à mettre en lien avec les *style war* et le climat de compétitivité qui traverse l'univers du graffiti hip-hop. L'œuvre comprend également une dédicace écrite en *wildstyle* qui se lit comme suit : « GT2¹⁹ Ces gosses qui auraient pu réussir mais légèrement trop féroce pour que le système puisse me contenir » . Deux autres éléments sont peints par l'artiste. Il s'agit d'un jeune graffiteur en train de s'adonner à son art sur un train, plan de travail à la main, et d'une reproduction d'une image connue mettant en vedette les protagonistes du film *Wild Style*, ce qui explique probablement le titre de la toile-collage. Il va donc sans dire que cette œuvre entretient un lien évident avec la culture hip-hop et le graffiti urbain et que son auteur est un artiste fidèle à ses origines. Il s'agit là d'une exploitation très intéressante de la toile qui permet non seulement de représenter le phénomène, mais aussi de le poursuivre, malgré la récupération et l'institutionnalisation.

Pour conclure sur cette exposition, soulignons que les poubelles et corbeilles de récupération de matières recyclables installées à l'intérieur de l'immeuble de la Tohu ont été décorées de graffiti. De quoi laisser songeur quant aux formes que la récupération est susceptible de prendre...

¹⁹ Expression issue du langage de rue signifiant *goes to* (dédié à).

Pour conclure, les trois axes qui structuraient la réflexion ont permis d'observer que le graffiti exécute un mouvement de balancier. Il se veut marginal, se révèle teinté de conformisme, ce qui lui vaut l'appropriation par la culture de laquelle il voudrait tant se dissocier, mais qu'il n'arrive qu'à recréer. Il ne faut pas perdre de vue que, la marge se forge toujours et nécessairement par rapport à une norme, ce qui a eu pour effet, dans le cas du graffiti, de faire en sorte que la norme soit dissimulée discrètement sous les apparences trompeuses d'une marge. On peut donc dire que le milieu du graffiti est vraisemblablement teinté par l'ironie et le paradoxe.

D'autres avenues demeurent à explorer en ce qui a trait au phénomène du graffiti. Par exemple, un questionnement sur l'importance et le rôle de la photographie s'impose. Effectivement, une grande partie des ouvrages portant sur le sujet sont de véritables albums photos. La photographie est utilisée comme une médiation qui permet d'archiver les graffiti inévitablement appelés à être exterminés. Le médium photographique devient la mémoire d'œuvres perdues, qui s'avère le seul relais pour la survie de ce que plusieurs considèrent comme un art à part entière, sinon comme un phénomène de société. Par ailleurs, la pertinence du réseau Internet pour soutenir les buts du mouvement graffiti (circulation des œuvres, avenue de reconnaissance et de diffusion, création d'une communauté virtuelle, dialogue entre les villes, etc.) me semble d'actualité.

Bibliographie

Monographies

- ABEL, Ernest L. et Barbara E. BUCKLEY, *The Handwriting on the Wall. Toward a Sociology and Psychology of Graffiti*, Connecticut, Greenwood Press, Contributions to Sociology, no 27, 1977, 156 pages.
- BAUDRILLARD, Jean, *La société de consommation*, Paris, S.G.P.P., Collection Le point de la question, 1970, 298 pages.
- BAUDRILLARD, Jean, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Paris, Éditions Gallimard, 1972, 268 pages.
- BAUDRILLARD, Jean, « *Kool Killer ou l'insurrection par les signes* » in *L'échange symbolique ou la mort*, Paris, Éditions Gallimard, 1976, 346 pages.
- BARKER, Chris, *Cultural Studies : Theory and Practice*, Londres, Sage Publications, 2000, 424 pages.
- BAZIN, Hugues, *La culture Hip-Hop*, Paris, Desclée de Brouwer, coll. Habiter, 1995, 305 pages.
- BESANÇON, Julien, *Journal mural mai 68, Sorbonne Odéon Nanterre etc...*, Paris, Tchou Éditeur, 1968, 180 pages.
- BÉRUBÉ, Daniel, *Du scripturaire, entre écriture et image*, Montréal, Thèse de doctorat du programme de sémiologie, Université du Québec à Montréal, 2000, 409 pages.
- BILODEAU, Denyse, *Les murs de la ville. Les graffitis de Montréal*, Montréal, Éditions Liber, 1996, 202 pages.
- BISCHOFF, Gauthier et Julien MALLAND, *Kapital, un an de graffiti à Paris*, Paris, Éditions Alternatives, 2000, 199 pages.
- BOUDINET, Gilles, *Pratiques tag, vers la proposition d'une « transe-culture »*, Paris, Éditions L'Harmattan, Collection arts, transversalité, éducation, 2002, 208 pages.
- BOURDIEU, Pierre, *Les règles de l'art, genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Éditions du Seuil, Collection Points, 1998 (1992), 567 pages.
- BUSHNELL, John, *Moscow Graffiti, Language and Subculture*, Londres, Unwin Hyman, 1990, 263 pages.
- CASTLEMAN, Craig, *Getting Up. Subway Graffiti in New York*, Massachusetts, The Massachusetts Institute of Technology, 1982, 190 pages.
- CHALFANT, Henry et Martha COOPER, *Subway Art*, Londres, Thames & Hudson, 1984, 101 pages.
- CHALFANT, Henry et James PRIGOFF, *Spraycan Art*, Londres, Thames & Hudson, 1987, 96 pages.
- COLOMBO, John Robert, *René Lévesque Buys Canada Saving Bonds & Others Great Canadian Graffiti*, Edmonton, Hurting Publishers, 1983, 96 pages.

COOPER, Martha et Joseph SCIORRA, *R.I.P.N.Y.C. Bombages in Memoriam a New York City*, Londres, Thames & Hudson, 1994, 96 pages.

CORTÁZAR, Julio, « *Graffiti* » in *Nous t'aimons tant Glenda et autres récits*, Paris, Éditions Gallimard, 1982 (1980), 184 pages.

CRIMP, Douglas, *On the Museum's Ruins*, Massachusetts, The MIT Press, 1993, 348 pages.

da SILVA, Aldina, *Échos des murs de Montréal*, Montréal, Éditions Médiaspaul, 1998, 34 pages.

de ARA GAMAZO, Éric, *Graffiti' Art : Pochoirs politiques d'une décennie*, Paris, Éditions de l'Aube, Collection Regards Croisés, 1992, 127 pages.

DEMERS, Jeanne, Josée LAMBERT et Line McMURRAY, *Graffiti et la loi 101*, Montréal, VLB Éditeur, 1989, 67 pages.

DEMERS, Jeanne, Josée LAMBERT et Line McMURRAY, *Montréal Graffiti*, Montréal, VLB Éditeur, 1987, 139 pages.

DEMERS, Jeanne, Josée LAMBERT et Line McMURRAY, *Montréal Graffiti Bis*, Montréal, VLB Éditeur, 1988, 130 pages.

DICKIE, George, « *Définir l'art* » in GENETTE, Gérard (dir.), *Esthétique et Poétique*, Paris, Éditions du Seuil, « Points/Essais », 1992, 245 pages.

DOGANÇAY, Burhan, *Les murs murmurent, ils crient, ils chantent...*, Paris, Cente George Pompidou, 1980, 55 pages.

DUNSTON, Mark S., *Street Signs*, États-Unis, Performance Dimension Publishing, 1992, 232 pages.

FÉLONNEAU, Marie-Line et Stéphanie BUSQUETS, *Tags et grafs : Les jeunes à la conquête de la ville*, Paris, L'Harmattan, Collection Psycho-Logiques, 2001, 205 pages.

FERRELL, Jeff, *Crime of Style. Urban Graffiti and the Politics of Criminality*, New York, Garland Publishing, 1993, 236 pages.

FRAENKEL, Béatrice, *La signature, la genèse d'un signe*, Paris, Éditions Gallimard, 1992, 319 pages.

FRAENKEL, Béatrice, *Les écrits de septembre. New York 2001*, Paris, Éditions Textuel, 2002, 159 pages

GAUTHIER, Louise, « *Le graffiteur face aux institutions publiques : vandale ou artiste?* » in BELLAVANCE, Guy (dir.) *Démocratisation de la culture ou démocratie culturelle? Deux logiques d'action publique*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, Éditions de l'IQRC, 2000, 242 pages.

(Actes du Colloque Culture et communications tenu dans le cadre du 67e Congrès annuel de l'ACFAS, 12 et 13 mai 1999, Université d'Ottawa).

GEASON, Susan et Paul R. WILSON, *Preventing Graffiti & Vandalism*, Australie, Australian Institute of Criminology, Crime Prevention Series, 1990, 83 pages.

GEERTZ, Clifford, *Works and Lives : the Anthropologist as Author*, Stanford, Stanford

University Press, 1988, 157 pages.

GELDZALHER, Henry et Keith HARING, *Art in Transit*, New York, Harmony Books, 1984, ? pages.

GOLDSTYN, Jacques et Fred FONTAINE, *La BD des graffiteurs*, Montréal, Publications officielles, 2000.

GUARINI, Ruggero, *Mémoire d'un art perdu : Les graffiti sur le mur de Berlin*, photographies de Francesco e Alessandro Alacevich, Rome, Gremese international, 1991, 157 pages.

HABERMAS, Jürgen, *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Éditions Payot, 1993 (1962), 324 pages.

HAGER, Steven, *Hip Hop. The Illustrated History of Break Dancing, Rap Music, and Graffiti*, New York, St. Martin's Press, 1984, 112 pages.

HAUSER, Régis, *Les murs se marrent*, France, Éditions Manya, 1991, 190 pages.

HAUSER, Régis, *Les murs se marrent, Tome 2*, France, Éditions Manya, 1992, 189 pages.

HUBER, Joerg et Jean-Christophe BAILLY, *Serigraphitis*, Paris, Éditions Hazan, 1986, 70 pages.

HUME, David, *Les essais esthétique II*, Paris, Librairie philosophique J. Vrin, 1974, 154 pages.

KROPOTKINE, Pierre, *L'anarchie : sa philosophie, son idéal*, Paris, Publico, 1972, 50 pages.

KURLANSKY, Mervyn, Norman MAILER, Jon Naar, *Graffiti de New York*, Paris, Éditions du Chêne, 1974, non paginé.

LAFORTUNE, Jacky, *Les crayeurs de rue et l'espace graphique. Craie-action dans la ville*, Paris, Éditions l'Harmattan, Collection Champs visuels, 2000, 264 pages.

LANI-BAYLE, Martine, *Du tag au graff'art. Les messages de l'expression murale graffitée*, Marseille, Éditions Hommes et perspectives, 1993, 119 pages.

LIPSITZ, George, « *Diasporic Noise : History, Hip Hop, and the Post-colonial Politics of Sound* » in BIELBY, Denise D. et C. Lee Harrington (éd.), *Popular Culture : Production and Consumption*, États-Unis, Blackwell Publishers, 2001, 348 pages.

LOUIS, Patrick et Laurent Prinaz, *Skinheads, taggers, Zulus & Co*, Paris, Éditions de La Table Ronde, 1990, 235 pages.

LUCCI, Vincent et al., *Des écrits dans la ville. Sociolinguistique des écrits urbains : l'exemple de Grenoble*, Paris, l'Harmattan, Sémantiques, 1998, 310 pages.

MACDONALD, Nancy, *The Graffiti Subculture. Youth, Masculinity and Identity in London and New York*, New York, Éditions Palgrave macmillan, 2001, 256 pages.

MARCONOT, Jean-Marie et al., *Le langage des murs, du graffe au graffiti*, France, Les Presses du Languedoc/Riresc, 1995, 131 pages.

MILLER, Ivor L., *Aerosol Kingdom, Subway Painters of New York City*, États-Unis, University Press of Mississippi/Jackson, 2002, 218 pages.

MONMAGNON, Olivier, *Sabotage! Le graffiti-art sur les trains d'Europe*, Paris, Éditions Florent-Masson, 1996, non paginé.

MURRAY, James et Karla Murray, *Broken windows. Graffiti NYC*, Californie, Ginkgo Press, 2002, non paginé.

PEARLMAN, Alison, *Unpacking art of the 1980's*, Chicago, The University of Chicago Press, 2003, 230 pages.

PICARD, Johanne, *La peinture murale à Montréal (1996-2001). Identification et analyse d'une production culturelle*, Montréal, Mémoire de maîtrise du département d'histoire de l'art, Université de Montréal, 2002, 87 pages.

PIRIOU, Françoise Julie, *Volume II du catalogue thématique des affiches lacérées de Villeglé : Graffiti politiques ou autres*, Paris, Éditions Marval, 1989, 83 pages.

POISSON, François, *Définition et économie des graffiti comme objet sociologique à partir d'une revue de la littérature*, Montréal, Mémoire de maîtrise du département de sociologie, Université de Montréal, 1994, 163 pages.

RESZLER, André, *L'esthétique anarchiste*, Paris, Presses Universitaires de France, Collection Sup, 1973, 113 page.

RIOUT, Denys, *Le livre du graffiti*, Paris, Éditions Alternatives, 1985, 139 pages.

ROBINSON, David, *Soho Walls, Beyond Graffiti*, Londres, Thames & Hudons, 1990, 96 pages.

San Francisco Museum of Modern Art, *Aesthetics of Graffiti (April 28 - June 2, 1978)*, Catalogue d'exposition, 1978, non paginé.

SIOUI DURAND, Guy, *L'art comme alternative : réseaux et pratiques d'art parallèle au Québec 1976-1996*, Québec, Éditions Intervention, 1997, 466 pages.

STEWART, Susan, « Ceci tuera cela : Graffiti as Crime and Art » in FEKETE, John (éd.) *Life After Post-modernism. Essays on Values and Culture*, New York, St-Martins Press, 1987, 197 pages.

TESSIER, Yvan, *Paris art libre dans la ville*, Paris, Éditions Herscher, 1991, 118 pages.

VARNEDOE, Kirk et Adam GOPNIK, *High & Low : Modern Art and Popular Culture*, New York, The Museum of modern art, 1990, 460 pages.

VAUTIER, Ben, *Pas d'art sans vérité. Graffiti et écritures murales 1990-1960*, Nice, Z'éditions, 1990, 81 pages.

VIGER, Raymond, Luc DALPÉ et le Groupe Etchetera, *Opération graffiti*, Montréal, Éditions TNT, 1997, 200 pages.

WHITE, Michael et Andrew "Zephyr" WITTEN, *Dondi White : Style Master General : The Life of Graffiti Artist Dondi White*, New York, HarperCollins Publishers, 2001, 194 pages.

....., *Études Publiques : Plan d'intervention sur les graffiti et l'affichage sauvage et le bilan de la réglementation sur le contrôle des chiens à Montréal*, Ville de Montréal, Publications officielles, juin 1999.

....., *Graffiti, « tags » et affichages sauvages : Bilan des activités 2001 et Plan d'intervention 2002*, Ville de Montréal, Publications officielles, février 2002, 29 pages (Préparé par Nicole Sophie Viau).

Revue

Graffbombz, Le mag de la scène graffiti, sept-oct 2004, no 22, France.

Articles de périodiques

BILODEAU, Denyse, « Du cru sur le mur », *Études littéraires*, vol 19, no 2, automne 1986, pp.67-79.

BOUYER, Sylvain, « Je vous salis ma rue : tags, grafs et graffitis », *Communication et langages*, no 110, 4e trimestre, 1996, pp.95-103.

CAZENAVE, Agnès, « De l'art ou du cochon », *La vie*, no 2422, 30 janvier 1992, pp.29-32.

COUSIN, Marie, « Des tagueurs très recherchés », *L'express*, no 2775, 6 septembre, 2004, pp.38-43 .

da SILVA, Aldina et Nelson TARDIF, « Murs griffés : De l'Antiquité à ceux du Montréal d'aujourd'hui », *Frontières*, vol 11, no 3, Printemps 1999, pp.56-57.

DEMERS, Jeanne et Line Mc Murray, « Le graffiti urbain, forme brève du manifeste ou art mineur », *Voix et images*, vol 15, no 2, Hiver 1990, pp. 209-219.

GUILLAIN, Alain, « L'enfance du geste : écriture et graffiti », *Communication et langages*, no 97, 3e trimestre 1993, pp.46-52.

GUINCHAT, Claire, « La vie graffiti », *CAESmagazine*, no 67, avril-mai-juin 2003, pp.28 à 31.

LABRÈCHE, Marie-Sissi, « Le graffiteur apprivoisé », *L'Actualité*, vol 27, no 18, 15 novembre 2002, pp.130-134.

POISSON, François, « L'art et les graffiti, lieu critique », *Possibles*, vol 18, no 1, Hiver 1994, pp.119-125.

SCHNEIDER, Pierre, « Du métro au musée : Les risques de l'art », *L'express*, no 2115, 24 janvier 1992, pp.58-61.

TARDIF, Stéphane R. Vitesse, « Tags, pièces, signatures : nouveaux graffitis : les murs ont des lettres! », *VO : le magazine de Vie ouvrière*, no 266-267, Été 1997, pp.27-28.

Articles de journaux

« Taki 183 Spawns Pen Pals », *New York Times*, 21 juillet 1971, page 37.

- « Du graffiti qui se respecte », *Le Droit*, 5 septembre 1997, p. 28.
- « Le graffiti comme un art », *Le nouvelliste*, 10 juin 2000, p. P2.
- « Les artistes de la bonbonne à l'œuvre », *Le Devoir*, 6 août 2002, p. B8.
- BONHOMME, Jean-Pierre, « Les graffiti perçus comme des pamphlets contre la vie urbaine », *La Presse*, 13 mai 1992, p. E8.
- BOULANGER, Luc, « L'art du faux », *Voir*, 29 octobre 1998, p. 6.
- CLÉMENT, Éric, « Les jeunes expriment leurs talents par des graffiti », *La Presse*, 12 novembre 1995, p. C13.
- DUFRESNE, Éric, « Au moins, les graffitis ne nous demandent pas d'argent... », *La Presse*, 29 mars 1995, p. B3.
- FORTIN, Claude-B, « Quand Zilon s'adonne au graffiti commercial », *La Presse*, 14 juillet 1989, p. A6.
- GAUTHIER, Louise, « La nouvelle vague des graffiti est en quelque sorte le symbole d'une nouvelle génération », *La Presse*, 17 juin 1995, p. B3.
- GILBERT, Patrik, « Des graffitis pour éviter d'autres graffitis », *La Presse*, 16 juillet 1998, p. B1.
- GRANDMONT, Charles, « Un graffiti de 3000\$ », *La Presses*, 26 juillet 1997, p. A3.
- HACHEY, Isabelle, « Graffiteur repent », *La Presse*, 26 octobre 1999, p. A3.
- LABBÉ, Richard, « Art-la-loi », *La Presse*, 11 avril 1996, p. D1.
- LABBÉ, Richard, « Hors de la rue, le salut! Des graffiteurs s'exposent », *La Presse*, 1er mars 1997, p. D3.
- LACROIX, Saël, « L'art de la rue », *La Presse*, 11 août 2001, p. A2.
- LAURENCE, Jean-Christophe, « Le graffiti entre dans les galeries », *La Presse*, 16 mars 2000, p. D4.
- LAURIN, Renée, « L'expression d'une culture jeune et urbaine », *Le Droit* 20 mars 1998, p. A3.
- RODRIGUE, Sébastien, « Les graffitis dans le colimateur de Bourque », *La Presse*, 6 août 2001, p. A3.
- ROUX, Martine, « Appel à la bombe... aérosol », *La Presse*, 9 août 1999, p. A3.

Filmographie

Wild Style, Charlie Ahearn, 1982, 82 minutes.

Graffiti/Post-Graffiti, Paul Tschinkel et Marc Miller, 1984, 28 minutes.

Sites internet (visités en mars 2005)

<http://www.graffiti.org>

<http://www.b-boys.com>

<http://www.cafegrffiti.net/cafe/index.html>

<http://www.bombingscience.com>

<http://www.at149st.com>

<http://www.lausanne-graffiti.ch>

<http://www.graffiti.playdo.com>

<http://www.graffiticreator.com>

Figures annexées

Image 1: *Tags 1*

Source: <http://www.lausanne-graffiti.ch>

Artiste: Inconnu



Image 2: Tags 2

Source: <http://www.lausanne-graffiti.ch>

Artistes: Inconnus



Image 3: *Throw-up 1*

Source: <http://www.lausanne-graffiti.ch>

Artiste: SMS



Image 4: *Throw-up 2*

Source: <http://www.lausanne-graffiti.ch>

Artiste: BIS



Image 5: Piece 1

Source: <http://www.lausanne-graffiti.ch>

Artiste: PAM



Image 6: Piece 2

Source: <http://www.lausanne-graffiti.ch>

Artiste: Bref



Image 7: Piece 3

Source: <http://www.lausanne-graffiti.ch>

Artiste: Skoal



Image 8: Production 1

Source: <http://www.lausanne-graffiti.ch>

Artistes: Basta, Shem et Skelt



Image 9: Production 2

Source: <http://www.lausanne-graffiti.ch>

Artistes: Gustav, Jack2, Boher, Zrode, Shadow de Paris



10- La BD des graffiteurs: Un amour de mur

La BD des graffiteurs



Ville de Montréal



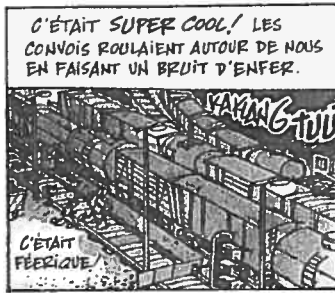
11- La BD des graffiteurs: Le malheureux artiste

La BD des graffiteurs



12- La BD des graffiteurs: Max déraile

La BD des graffiteurs



GOLDSTYN
À SUIVRE...



13- Liste des murs autorisés

→ liste des **murs autorisés**
POUR Y GRAFFITER en tout temps

- Gestionnaire : 401-7572
 → Responsable : 872-4604 (Nicole Sophie Viau)

adresse	secteur
→ 10151 St-Laurent entre les rues Sauriol et Fleury - mur nord de l'édifice (là où il y a un terrain vague)	← Ahuntsic prop. : cie Tam-TeX inc.
→ pont Papineau-Leblanc - parc nature de l'île-de-la-Visitation mur nord du côté de la rivière, où passe la piste cyclable les autres surfaces ne sont pas autorisées ouvre au levé et ferme au couché du soleil	← Ahuntsic prop.: Ville de Montréal
→ 2245 Lasalle (qq rues à l'est de Pie IX) à l'angle de la rue Rouen (nord de la rue Ontario) mur sud de l'édifice (côté ruelle et du stationnement)	← Hochelaga prop.: cie Qué-fab ltée
→ Rouen / Moreau tunnel situé à l'ouest de la rue Moreau sur Rouen	← Hochelaga prop.: Ville de Montréal
→ 5529 Papineau à la hauteur du viaduc, face à la rue St-Grégoire mur nord et mur à l'arrière	← Plateau prop. : Transmissions A-1
→ 15 Bernard Est mur est et mur à l'arrière	← Mile-End prop.: Un million de tapis et tuiles
→ 3500 Rachel Est dans la ruelle, à l'arrière de l'édifice	← Hochelaga prop. : J.D. International
→ 1955 rue Cabot à l'arrière du commerce (face à la rue St-Patrick) la rue Cabot se trouve à une rue à l'est de la rue de l'Église	← Sud-Ouest prop.: Charbonneau inc.

