
À QUOI L’AFFICHE POLITIQUE EST-ELLE CONFRONTÉE ?

ESPACE
PUBLIC

INDIVIDU

ESPACE
MENTAL

MUR
DE
LA VILLE

MUR
D’INDIF-
FERENCE

MUR
DE
PRÉJUGÉS

L’affiche s’insère dans un environnement déjà saturé de signes :

- signes du commerce (panneaux 4x3, sucettes Decaux, enseignes, vitrines...)
- signalétiques urbaines (code de la route, panneaux, plaques de rues, marquage au sol...)
- affichage «sauvage» (politique, culturel, commercial, autocollants, petites annonces...)
- inscriptions ludiques (tags, graffitis, pochoirs...)

Le passant, par définition, «passe», il parcourt les rues avec un objectif déterminé, il a l’esprit préoccupé, il n’a généralement pas le temps de s’intéresser à tous les signes qui l’assaillent sur son chemin.

Il faut donc beaucoup de ruse et d’énergie pour rompre cette indifférence et capter l’attention.

Lorsqu’on est une organisation avec une identité politique, on doit se confronter aux idées préconçues concernant cette identité politique, issues des médias, des discussions, des discours politiques, etc. Quelle que soit la valeur propre des idées, des arguments développés, ils ne peuvent toucher qu’à condition de franchir ce mur de préjugés.

L’usage outrancier des signes identitaires renforce le blocage : un signe d’identification – dont l’archétype est le drapeau –, c’est un signe de ralliement... pour ceux qui s’y reconnaissent déjà ; pour tous les autres, c’est un signe d’exclusion.