

CADRE THÉORIQUE

CADRE THÉORIQUE

Margaux Hermant

Mémoire de recherche en design - DSAA 2021-2022

Sous la supervision de **Anne-Catherine Adam-Céard**
et **Bertrand Courtaud**.

DSAA design éco-responsable spécialité design graphique.
Cité scolaire Raymond Loewy, La Souterraine.

AVANT-PROPOS

Ecoféminisme.

Pourtant animée de valeurs féministes et écologistes, et sensibilisée à leurs problématiques, je n'ai découvert ce terme que tout récemment au détour d'une lecture. Parmi tous les questionnements que soulève ce mouvement, il interroge par exemple le salariat comme séparateur social. Ainsi, le travail domestique et non salarié généralement effectué par les femmes induit leur invisibilité économique dans la société. Mais est-ce uniquement le travail domestique des femmes qui est invisible ou est-ce les femmes elles-mêmes?

Mes études en design graphique ayant éduqué mon regard à l'observation de mon environnement et des images qui m'entourent, j'ai pu éprouver moi même cette absence au fil des jours qui ont suivi l'émergence de cette question.

En tant que future designer graphique éco-responsable, ces observations ont fait naître en moi la volonté de consacrer mon mémoire de recherche en design à l'invisibilisation des femmes.

NOTA BENE

Tout au long de ce mémoire l'écriture inclusive a été employée exclusivement pour évoquer le·la designer. Le but est de signifier l'engagement de la langue dans la réhabilitation des femmes.

L'emploi de l'écriture inclusive pourrait s'appliquer à l'ensemble de ce travail mais, pour des raisons de facilité de lecture et par manque d'habitude, ce choix, que l'on pourrait trouver restrictif, a été fait en pleine conscience.

Si cette utilisation restreinte de l'écriture inclusive souffre malgré tout de quelques oublis, l'étudiante vous prie de l'en excuser par avance.

SOMMAIRE

INTRODUCTION	10
--------------------	----

1-LA REPRÉSENTATION DES FEMMES DANS L'ESPACE PUBLIC, UNE PROBLÉMATIQUE QUI RENVOIE À LA RÉFLEXION SUR L'ÉGALITÉ DES GENRES	14
---	----

a. L'absence des femmes dans l'Histoire	15
---	----

Invisibilisation des mémoires de femmes	15
---	----

Les femmes, ces invisibles de l'espace public	16
---	----

b. Explications à l'absence des femmes dans l'Histoire	26
---	----

Raisons et mécanismes de l'invisibilisation	26
---	----

L'Histoire est genrée	32
-----------------------------	----

c. Enjeux de l'intégration de figures féminines historiques dans l'espace public	36
---	----

La place de la mémoire dans l'espace public	36
---	----

Changer les mentalités, un enjeu de la mémoire dans l'espace public	39
--	----

L'importance de l'introduction de figures féminines dans l'espace public	40
---	----

La posture adoptée par le·la designer	42
---	----

2-S'ADAPTER AUX CONTRAINTES LIÉES À L'INVISIBILISATION DES FEMMES	46
a. Travailler avec l'invisible	47
Pallier le manque de sources	47
Représenter l'absence	58
b. Communiquer sur un sujet susceptible de susciter la controverse	66
Éviter les stéréotypes	66
Définir le ton adapté	70
Choisir le moment propice	74
c. Faire campagne	75
S'emparer des codes existants	75
Les candidates et l'élection	79
Les différents temps de la campagne	80
 ANNEXES	 84
 BIBLIOGRAPHIE	 98

INTRODUCTION

*« Nous qui sommes sans passé, les femmes,
Nous qui n'avons pas d'histoire,
Depuis la nuit des temps, les femmes,
Nous sommes le continent noir. »*

Ces premiers vers de l'hymne du Mouvement de Libération des Femmes (MLF), pourtant écrits en 1971, trouvent encore écho aujourd'hui. En effet, même si depuis maintenant 50 ans, les recherches, études et ouvrages autour de l'Histoire des femmes se multiplient, force est de constater que l'Histoire de cette moitié de l'humanité est toujours invisibilisée et très peu connue.

Ces études ont permis de révéler l'implication des femmes dans les événements historiques, mais aussi de valoriser leur contribution dans certains domaines et de leur réattribuer des œuvres ou découvertes dont elles avaient été dépossédées. Cela a également permis de mettre en avant des portraits et de compléter des biographies de femmes qui ont eu une influence importante sur la société. Enfin, ce demi-siècle de recherches a aussi initié un questionnement sur les lacunes de l'Histoire telle que nous la connaissons et telle qu'elle nous est transmise.

À l'heure des mouvements féministes, la question de l'effacement des femmes s'inscrit dans cette lutte pour l'égalité des genres. L'évolution des mentalités et la volonté de sortir du modèle patriarcal amènent à interroger l'intégration des femmes dans la société et donc à rechercher la parité dans tous les milieux, notamment dans l'espace public où les femmes sont particulièrement invisibles. Responsable du maintien de stéréotypes mais aussi de discriminations, la sous-représentation des femmes parmi les figures historiques présentes dans l'espace public, qu'il s'agisse des noms de rue, des arrêts de transports en commun ou encore des monuments commémoratifs, est de plus en plus dénoncée. Il est donc aujourd'hui impératif d'intégrer les femmes dans les représentations publiques, et il est du rôle du·de la designer éco-responsable de s'investir dans ces luttes pour l'égalité. Comment peut-il·elle alors, par le graphisme, accompagner ce changement des mentalités ? En quoi une action graphique pourrait-elle permettre de sortir d'une lecture genrée de l'Histoire qui occulte les femmes ?

1-LA REPRÉ- SENTATION DES FEMMES DANS L'ESPACE PUBLIC, UNE PROBLÉMATIQUE QUI RENVOIE À LA RÉFLEXION SUR L'ÉGALITÉ DES GENRES

A. L'ABSENCE DES FEMMES DANS L'HISTOIRE

Invisibilisation des mémoires de femmes

S'il nous l'est demandé, nous sommes toutes et tous capables de citer des noms de femmes historiques célèbres. Ainsi, les noms de Marie Curie, Jeanne d'Arc ou Camille Claudel nous apparaissent facilement. Mais sommes-nous capables d'énoncer spontanément d'autres noms de femmes que l'Histoire a célébrées? Alors que tant de noms d'hommes se bousculent dans nos têtes, nos lacunes nous apparaissent : nous ne connaissons que peu de femmes ayant fait l'Histoire. Et pour cause, leurs portraits, leurs mémoires, leurs travaux, sont absents de nos enseignements. Le Centre Hubertine Auclert¹ a en effet publié en 2020 les constats suivants : les œuvres et travaux de femmes présentés dans les manuels d'Histoire sont 25 fois moins nombreux que ceux des hommes. À titre d'exemple, sur l'ensemble des manuels étudiés, on ne trouve que 16 œuvres artistiques réalisées par des femmes contre 563 dont les auteurs sont des hommes². Dans ces mêmes

1. Le Centre Hubertine Auclert est un centre de ressources dédié à la lutte contre les inégalités et les discriminations de sexe et de genre, et à la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes.

2. Étude menée en 2011 sur un corpus de 11 manuels, 5 manuels de CAP et 6 manuels de seconde, parus en 2010, dans 7 maisons d'édition différentes.

3. Étude menée en 2011 sur un corpus de 17 manuels dont 6 manuels de seconde générale et technologique et 11 manuels de seconde professionnelle, correspondants respectivement aux programmes de 2010 et de 2009.

4. Soroptimist est une ONG regroupant des femmes professionnellement actives qui travaillent ensemble aux niveaux local, national et international pour éduquer, autonomiser et promouvoir la condition des femmes et des filles.

5. Étude menée les 66 130 établissements scolaires français recensés dans l'annuaire du ministère de l'Éducation nationale, et publiée sur Ouest-France en 2018.

manuels, sur les 339 biographies présentées aux élèves de Seconde, seules 11 d'entre elles présentent des femmes, soit à peine 3,2%; et dans les manuels de français, on ne trouve que 5% de textes littéraires et théoriques écrits par des femmes³. Ainsi, dans le manuel de seconde générale de la collection Hatier, sur les 538 personnalités différentes recensées, tous domaines confondus, on ne compte que 40 femmes. De plus, lorsqu'elles sont présentes dans les manuels, les femmes ne sont parfois que citées, ou elles ne font l'objet que d'un paragraphe annexe, extérieur au chapitre. La représentation des femmes dans les manuels scolaires est donc très inégale, mais surtout leurs mémoires y sont rendues invisibles.

Les femmes, ces invisibles de l'espace public

Mais l'absence des femmes dans les manuels scolaires n'est que le sommet de l'iceberg de l'invisibilisation des femmes, car ces dernières sont absentes de nombreux lieux. Elles sont notamment effacées de la sphère publique. En effet, selon une étude réalisée par l'ONG Soroptimist⁴ sur 63 500 rues françaises, moins de 2% portent le nom d'une femme, contre 31% qui portent le nom d'un homme. On note également qu'à peine plus de 9% des écoles tiennent leur nom d'une figure féminine alors que 38% le tiennent d'un homme⁵. Dans la capitale par exemple, seulement 9 des 304 stations de métro portent le nom d'une femme contre environ 150 qui portent celui

d'un homme célèbre⁶. De même, on ne compte pas moins de 300 statues de personnalités célèbres parmi lesquelles on recense à peine 40 statues de femmes⁷. En outre, celles-ci ont tendance à représenter des femmes qui n'ont pas réellement existé : des allégories ou des Saintes, mais très peu de figures ayant véritablement vécu. Si l'on se penche sur les milieux culturels, on constate que cette disparité est toujours éminemment présente. En effet, seuls 4% des œuvres des collections des musées de France ont été réalisés par des femmes artistes⁸. Même constat si l'on s'intéresse au prix Goncourt, qui, créé en 1903, n'a été pour la première fois décerné à une femme, Elsa Triolet, qu'en 1944, soit 41 ans après sa création, et n'a depuis été décerné à des femmes que 11 fois en 78 ans. La sous-représentation des femmes transparait donc dans tous les lieux et domaines de la sphère publique. Face à ces constats, le-la designer graphique peut participer à la mise en évidence de ces disparités. C'est notamment ce qu'à entrepris le Collectif Copines à Strasbourg en 2018, en rebaptisant des rues d'après des noms de femmes au moyen de fausses plaques en papier collées dans la ville. Pour le collectif, cette action était surtout une invitation à réfléchir, comme l'annonce le questionnement « *Où pourquoi pas...* » précédant sur les affiches les noms de femmes proposés, qui a permis, par la mise en confrontation des plaques aux noms d'hommes et de celles aux noms de femmes, de rendre visible le manque de personnalités féminines inscrites dans les rues de Strasbourg.

6. Louise Michel, Barbès-Rochechouart, Madeleine, Chardon-Lagache, Boucicault, Pierre et Marie Curie, Europe-Simone Veil et 2 nouvelles stations inaugurées en janvier 2022 : Bagneux-Lucie Aubrac et Barbara. P. Mathieu, *À Paris, à vous de choisir les noms de femmes qui vont baptiser les nouvelles stations de métro.* (10/01/2020)

7. H. de Montalivet, *À Paris, les statues de femmes sont rares, mais en plus elles sont problématiques.* Huffingtonpost. (29/01/2018)

8. Chiffres publiés en 2021 par le Ministère de la Culture à l'occasion d'une exposition virtuelle visant à mettre en lumière les femmes artistes.



Action de féminisation des noms de rues menée par le Collectif Copines, à Strasbourg, en 2018.
© Collectif Copines



Sur les quais de la station de métro Europe, le sous-titre Simone Veil a été ajouté en 2018.

La plupart des noms de femmes ne figurent pas seuls sur les plaques des stations de métro.

© Jean-Baptiste Gurliat/Mairie de Paris

	HISTOIRE DES ARTS Nicolas Poussin, <i>L'Inspiration du poète</i> (vers 1628)	81
1627	Théophile de Viau, « Un corbeau devant moi croasse »	82
1628	Pierre de Marbeuf, <i>Recueil de vers</i> , « À Philis »	83
1635	Pierre Corneille, <i>Médée</i> (V, 2)	84
	TEXTE ÉCHO Euripide, <i>Médée</i> (prologue) (431 av. J.-C.)	85
1635	Pierre Corneille, <i>L'Illusion comique</i> (II, 2)	86
	TEXTE ÉCHO Plaute, <i>Le Soldat fanfaron</i> (I, 1) (200 av. J.-C.)	87
1637	Pierre Corneille, <i>Le Cid</i> (III, 4)	88
1640	Pierre Corneille, <i>Horace</i> (IV, 5)	89
1650	Vincent Voiture, <i>Poésies</i> , sonnet 17	90
1651	Paul Scarron, <i>Le Roman comique</i> (l'arrivée des comédiens au Mans)	91
1654	Madeleine de Scudéry, <i>Clélie, histoire romaine</i> (la carte de Tendre)	92
	HISTOIRE DES ARTS La Carte de Tendre (1659)	93
1658	Marc-Antoine Girard de Saint-Amant, <i>Dernier recueil de diverses poésies</i> , « La naissance de Pantagruel »	94
	HISTOIRE DES ARTS Gustave Doré, <i>L'Enfance de Pantagruel</i> (1873)	95
1662	Molière, <i>L'École des femmes</i> (V, 4)	96
	HISTOIRE DES ARTS Mises en scène de <i>L'École des femmes</i> (L. Jouvot, C. Schiarettil)	97
1663	Molière, <i>L'Impromptu de Versailles</i> (I, 1)	98
1665	François de La Rochefoucauld, <i>Réflexions ou Sentences et Maximes morales</i> (80 à 87)	99
1665	Molière, <i>Dom Juan ou le Festin de pierre</i> (III, 2)	100
	HISTOIRE DES ARTS Mises en scène de <i>Dom Juan</i> (D. Mesguish, J. Lassalle)	101
1665	Molière, <i>Dom Juan ou le Festin de pierre</i> (V, 4 à 6)	102
1666	Nicolas Boileau, <i>Satires</i> , « Les embarras de Paris »	104
	TEXTE ÉCHO Juvénal, <i>Satires</i> , « Les embarras de Rome » (II ^e s.)	105
1667	Jean Racine, <i>Andromaque</i> (III, 4)	106
	HISTOIRE DES ARTS Pierre-Narcisse Guérin, <i>Andromaque et Pyrrhus</i> (1810)	107
1669	Molière, <i>Le Tartuffe ou l'Imposteur</i> (IV, 5)	108
1669	Jean Racine, <i>Britannicus</i> (II, 6)	110
1669	Gabriel de Guilleragues, <i>Lettres portugaises</i> (lettre 1)	112
1670	Blaise Pascal, <i>Les Pensées</i> , « Divertissement »	114
	HISTOIRE DES ARTS Georges de La Tour, <i>Le Tricheur à l'as de carreau</i> (vers 1635)	115
1671	Mme de Sévigné, <i>Lettres</i> (6 février 1671)	116
	HISTOIRE DES ARTS Jan Vermeer, <i>Jeune femme écrivant une lettre</i> (1665)	117
1674	Jean Racine, <i>Iphigénie</i> (IV, 4)	118
1677	Jean Racine, <i>Phèdre</i> (I, 3)	120
1678	Mme de La Fayette, <i>La Princesse de Clèves</i> (la rencontre)	122
	VIÈ ARTISTIQUE & CULTURELLE La vie de cour au XVII ^e siècle	124
1678	Jean de La Fontaine, <i>Fables</i> (livre VIII), « Le pouvoir des fables »	126
1678	Jean de La Fontaine, <i>Fables</i> (livre XII), « Le philosophe scythe »	128
	TEXTE ÉCHO Aulu-Gelle, <i>Les Nuits attiques</i> (II ^e s.)	129
1688	Jean de La Bruyère, <i>Les Caractères</i> , « Iphis »	130
1688	Jean de La Bruyère, <i>Les Caractères</i> , « Giton »	131
1697	Charles Perrault, <i>Histoires ou Contes du temps passé ou Contes de ma mère l'Oye</i> , « Les fées »	132
	HISTOIRE DES ARTS Gustave Doré, <i>Les fées</i> (1862)	133
1699	François Fénelon, <i>Les Aventures de Télémaque</i> (la Bétique)	134
	TEXTE ÉCHO Thomas More, <i>Utopie</i> (1516)	135

Extrait du sommaire du manuel *Anthologie* Lycée - Français 2de/1re, Hatier, édition 2019.

Dans cette liste on recense seulement 7 noms de femmes.

© Hatier

Le XVIII^e siècle



	AUTEURS ET ŒUVRES CLÉS	136
	HISTOIRE DES ARTS	136
	Jean-Honoré Fragonard, <i>Le Verrou</i> (1778) – Frontispice de l' <i>Encyclopédie</i> (vers 1770)	
	HISTOIRE & LITTÉRATURE	138
1721	Montesquieu, <i>Lettres persanes</i> (lettre IX)	140
	HISTOIRE DES ARTS Jean-Dominique Ingres, <i>Le Bain turc</i> (1862)	141
1721	Montesquieu, <i>Lettres persanes</i> (lettre XXXVIII)	142
1725	Marivaux, <i>L'Île des esclaves</i> (scène 3)	143
1730	Marivaux, <i>Le Jeu de l'amour et du hasard</i> (III, 6)	144
1731	Abbé Prévost, <i>Histoire du chevalier Des Grieux et de Manon Lescaut</i> (la rencontre)	146
1731	Marivaux, <i>La Vie de Marianne</i> (premiers émois)	147
1736	Voltaire, <i>Le Mondain</i>	148
1748	Montesquieu, <i>De l'esprit des lois</i> , « De l'esclavage des nègres »	149
1751	Denis Diderot, <i>Encyclopédie</i> , « Autorité politique »	150
1755	Jean-Jacques Rousseau, <i>Discours sur l'origine et les fondements de l'inégalité parmi les hommes</i>	151
1757	Mme Leprince de Beaumont, « La Belle et la Bête »	152
	TEXTE ÉCHO Mary Shelley, <i>Frankenstein ou le Prométhée moderne</i> (1818)	153
1759	Voltaire, <i>Candide</i> ou <i>l'Optimisme</i> (chapitre XIX)	154
1765	Voltaire, <i>De l'horrible danger de la lecture</i>	155
	VIE ARTISTIQUE & CULTURELLE La diffusion des idées au XVIII ^e siècle	156
1772	Denis Diderot, <i>Supplément au Voyage de Bougainville</i>	158
	HISTOIRE DES ARTS Paul Gauguin, <i>Arearea</i> (1892)	159
1775	Beaumarchais, <i>Le Barbier de Séville</i> (II, 2)	160
1778	Denis Diderot, <i>Jacques le Fataliste et son Maître</i> (incipit)	162
	TEXTE ÉCHO Miguel de Cervantès,	
	<i>L'ingénieux Hidalgo Don Quichotte de la Manche</i> (1605-1615)	163
1779	Mme Du Châtelet, <i>Discours sur le bonheur</i>	164
1782	Jean-Jacques Rousseau, <i>Les Confessions</i> (le peigne cassé)	165
1782	Choderlos de Laclos, <i>Les Liaisons dangereuses</i> (lettre LXXXI)	166
1784	Beaumarchais, <i>Le Mariage de Figaro</i> (V, 3)	168
1787	André Chénier, <i>Étégies</i> , « La Lampe »	170
	HISTOIRE DES ARTS Auguste Rodin, <i>Le Baiser</i> (1882)	171
1788	Fabre d'Églantine, <i>Œuvres mêlées et posthumes</i> , « Je t'aime tant »	172
	HISTOIRE DES ARTS Georg Gerson, « Je t'aime, Romance » (1817)	173
1788	Bernardin de Saint-Pierre, <i>Paul et Virginie</i>	174
1791	Olympe de Gouges, <i>Déclaration des droits de la femme et de la citoyenne</i> (préambule)	175





La conscience, Jacques Perrin, 1907, Boulevard de Belfort, Amiens.

Dans l'espace public, quand les statues représentent des femmes, il s'agit souvent d'allégories et non de personnalités ayant vécues.

© xavnco2

C'est ici le premier rôle que peut tenir le-la designer graphique face à la sous-représentation des femmes dans l'espace public : celui d'éveiller les consciences, afin d'insuffler une volonté de changement pour y remédier.

Enfin, en août 2021, un article du Monde⁹ annonçait l'arrivée de Joséphine Baker¹⁰ au Panthéon : une chanteuse, danseuse et résistante française, élevant ainsi à 6 le nombre de femmes présentes en ce lieu, dédié aux grands personnages ayant marqués l'Histoire de France. Si cette annonce, ainsi que la politique de féminisation des noms de rues qu'on peut observer depuis quelques années, attestent du changement des mentalités et de la volonté d'offrir un espace public plus mixte et inclusif, la route pour atteindre la parité reste encore longue car c'est un travail de longue haleine que de réparer les oublis de plusieurs siècles.

9. C. Gatinois, *L'entrée au Panthéon de Joséphine Baker, un symbole pour Emmanuel Macron*. Le Monde. (23/08/21)

10. Joséphine Baker (1906-1975) était une chanteuse, danseuse, actrice, et résistante française d'origine américaine. Vedette de music-hall dans les années 1920, elle a joué un rôle important dans la Résistance française, puis plus tard dans la lutte contre le racisme et pour l'émancipation des Noirs.



Construit durant la deuxième moitié du XVIII^e siècle, le Panthéon situé dans le 5^e arrondissement de Paris n'accueille que 6 femmes sur les 81 personnalités honorées. La première panthéonisée pour son mérite fut Marie Curie en 1995.
© Moonik



Sur le fronton du Panthéon, symbole de la République et de l'Histoire de France, on peut lire la devise "*Aux grands hommes la patrie reconnaissante*".

© Arnaud Frich

B. EXPLICATIONS À L'ABSENCE DES FEMMES DANS L'HISTOIRE

Raisons et mécanismes de l'invisibilisation

Il existe différentes théories sur la naissance du modèle patriarcal que nous connaissons aujourd'hui. Selon plusieurs historiens¹¹, c'est au Néolithique que se seraient développées les inégalités entre individus, la sédentarisation et la propriété privée entraînant une augmentation de la violence et un culte du guerrier ou du chef, protecteur des richesses. Pour certains anthropologues, telle que Françoise Héritier, l'installation de la domination masculine relèverait du besoin d'appropriation par les hommes des fonctions reproductrices des femmes¹². Pour d'autres, comme Alain Testart, il proviendrait de croyances symboliques qui se seraient développées et renforcées pour évoluer vers un système patriarcal¹³. Quoi qu'il en soit, il ne s'agit pour les chercheurs que de conjectures ne pouvant être élucidées, et quelle que soit l'origine de l'instauration du patriarcat, celui-ci se retrouve à toutes les époques de la société, à la Préhistoire comme de nos jours.

Forme d'organisation sociale dans laquelle l'autorité est exercée par les hommes, le patriarcat induit une hiérarchie entre les genres. Le masculin incarne le supérieur et le féminin l'inférieur. Ce système de domination masculine a été justifié selon les siècles tantôt par le symbolique, tantôt par le biologique. À titre d'illustration, l'exclusion des femmes de la

11. La préhistorienne Marylène-Pathou Mathis a notamment étudié le lien entre sédentarisation et violence. Anne Lehoërff, archéo-métallurgiste, a travaillé sur le devenir de la violence, en tant qu'organisation sociale et modèle économique, comme pilier des sociétés.

12. F. Héritier, (2011). *La plus belle histoire des femmes*. Paris : Seuil, 9782020495288

13. A. Testart, (2014). *L'Amazone et la cuisinière*. Paris : Gallimard, 978-2070143412

chasse dans certaines tribus à la Préhistoire peut être expliquée, selon l'anthropologue Alain Testart, par la croyance de séparation de ce qui est identique : les femmes étaient exclues de l'acte de faire jaillir le sang, parce qu'elles-mêmes perdant du sang, par les menstruations ou l'accouchement, en étaient trop semblables. A contrario, au siècle des Lumières, l'essor de l'anatomie a révélé que le crâne des hommes était de taille plus élevée que celui des femmes. Cette découverte biologique a ainsi servi comme preuve de l'intelligence supérieure des hommes.

Passant par différents mécanismes, ce système de domination est en grande partie responsable de l'invivification des femmes dans l'Histoire.

Tout d'abord, comme l'explique l'écrivaine féministe britannique Virginia Woolf dans son essai *Une chambre à soi*¹⁴, une partie des femmes est effectivement absente de l'Histoire. La domination masculine appliquée par la famille, le mari, l'état, l'église ou les mœurs de la société, a empêché les femmes d'accéder à l'éducation et donc à certains métiers et milieux. La vision patriarcale de la société a assigné les femmes à certains rôles sociaux et les a cantonnées à la gestion du foyer, et donc à la sphère privée. Cette pression sociale les a empêchées d'exprimer

14. V. Woolf,
*Une chambre
à soi.* (1929)
Paris : Gonthier,
9782264033604.

leur plein potentiel et les a forcées à renoncer à de brillantes carrières afin de correspondre aux attentes de la société. Ce fut le cas par exemple au XVIII^e siècle de Maria Anna Mozart. Si nous connaissons tous le nom de Wolfgang Amadeus Mozart, celui de sa sœur, également prodige de la musique, nous est pourtant inconnu. Et pour cause, quand elle eut atteint l'âge de 18 ans, son père lui interdit de se consacrer à une carrière musicale car il n'était pas acceptable à cette époque qu'une femme devienne compositrice. En conséquence, aucune composition de Maria Anna Mozart n'est aujourd'hui parvenue jusqu'à nous, et nous ne connaissons son talent que grâce aux missives échangées avec son père et son frère et aux représentations sur scène qu'elle a données avec ce dernier durant son enfance.

Absentes de la vie publique, les femmes ne pouvaient donc influencer le cours de l'Histoire.

Cependant, cette idée, que la journaliste et essayiste Titiou Lecoq qualifie de « mythe de la femme empêchée »¹⁵, ne peut être qu'une des raisons de cette apparente absence des femmes dans l'Histoire. En effet, comme l'ont démontré cinquante années d'études de l'Histoire des femmes, lorsque l'on cherche ces dernières, on les trouve. De tout temps, les femmes ont joué un rôle dans la société, elles ont gouverné, lutté et manifesté, mais elles ont aussi créé, pensé et résisté. Les femmes ne sont pas absentes de l'Histoire, elles ont été effacées, oubliées.

15. Expression employée par Titiou Lecoq lors d'un entretien sur France Inter avec Carine Bécard et Éric Delvaux le dimanche 19 septembre 2021. *Tant qu'on ne cherche pas les femmes dans l'Histoire, on ne les trouve pas.*

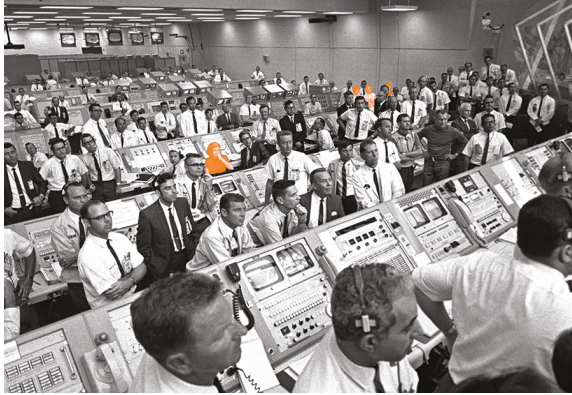
L'Histoire est le «récit des événements historiques relatifs à un peuple, à l'humanité en général»¹⁶. Comme le suggère cette définition, l'Histoire se fait en deux temps : les évènements et leur récit. Autrement dit, il y a d'abord le moment du vécu des évènements d'une période historique, puis vient le moment de leur narration par les historiens qui étudient et retranscrivent cette période.

Le premier temps, celui du vécu, a été particulièrement propice à l'invisibilisation des femmes, et ce tout simplement parce que la vision patriarcale de la société, plus ou moins rude selon les époques, estimait que les femmes avaient moins de valeur. De ce fait, les femmes étaient tout bonnement ignorées par leurs contemporains, leurs travaux ou leurs œuvres ne pouvant être d'aussi bonne qualité que ceux des hommes. Au XVII^e siècle, dans *Égalité des hommes et des femmes*¹⁷, Marie de Gournay, femme de lettres et philosophe française, témoignait à ce sujet du mépris presque systématique des hommes à l'encontre des œuvres de femmes, alors qu'ils ne se donnaient pas la peine de les lire.

Lorsqu'elles n'étaient pas ignorées, les femmes, et leurs contributions, pouvaient être dénigrées et stigmatisées, comme ce fut le cas pour Camille Claudel dont on retiendra plus la maladie mentale et le rôle de muse et amante de Rodin que le talent pour la sculpture et les œuvres. Mais elles pouvaient également être plagiées voir dépossédées de leurs travaux. Leur rôle dans certains évènements pouvait être minimisé

16. (2010). *Dictionnaire Historique de la langue française*, sous la direction d'Alain Rey, Paris : Le Robert, 9782849026465.

17. M. de Gournay, (1622). *Égalité des hommes et des femmes*. Paris : Gallimard, 9782072761034.



Recherches personnelles autour de la mise en valeur des personnalités féminines présentes dans des scènes historiques. © Margaux Hermant

Première image: Le Launch Control Center (LCC) lors de la mission Apollo 11. © Getty

Deuxième image: *Lecture de la tragédie "L'Orphelin de la Chine" de Voltaire dans le salon de madame Geoffrin*, Anicet Charles Gabriel Lemonnier, 1812.

© Photo RMN-Grand Palais - D. Arnaudet

ou même nié. C'est notamment ce qu'ont pu vivre de nombreuses scientifiques, telle Chien-Shiung Wu qui, travaillant aux côtés des physiciens Tsung-Dao Lee et Chen Ning Yang sur les lois de parité, a réussi à valider leur théorie grâce à une démonstration qui a ébranlé le monde de la physique. Un an plus tard, en 1957, ses deux collègues reçoivent le prix Nobel pour ces travaux. Chien-Shiung Wu n'est, quant à elle, pas mentionnée. Aujourd'hui, la raison la plus communément donnée pour cet « oubli » reste le sexisme de l'époque.

Enfin, et il s'agit sûrement ici du mécanisme le plus insidieux de leur effacement dans l'Histoire, les femmes se sont elles-mêmes cachées. Elles avaient, en effet, intégré les stéréotypes et la hiérarchie issus du patriarcat au point de se placer en retrait, notamment lors de travaux conjoints avec des hommes comme leur mari, mais aussi au point de créer chez elles un sentiment d'illégitimité quant à leur place dans certains milieux.

Ces différents, mécanismes effaçant les rôles et contributions des femmes, ont ainsi conduit à un déficit de sources, déficit qui n'a par conséquent pas permis la propagation de leurs mémoires au fil de l'Histoire.

L'Histoire est genrée

Pour celles qui, de leur vivant, n'auraient pas été dépossédées de leur rôle d'actrices historiques, tout n'est pas encore gagné. Vient maintenant le deuxième temps de l'invisibilisation : le moment de la narration. En effet, si l'Histoire est un récit, l'historien en est le narrateur. C'est lui qui, en étudiant et en retranscrivant les périodes historiques, devient l'intermédiaire entre les événements qui ont eu lieu, et ce que nous en retenons, ce qui sera conservé pour la postérité.

Or, l'Histoire est généralement écrite par les hommes. Si l'Histoire est écrite au masculin, il semble alors « logique » que les femmes n'y figurent pas. Michelle Perrot, chercheuse et historienne française spécialiste de l'Histoire des femmes et du genre, écrivait à ce propos « ... *c'est le regard qui fait l'Histoire. Et quand il est genré, il influe sur les sources* »¹⁸. Sans vouloir volontairement écarter les femmes, l'historien appartient lui-même à une époque avec sa propre pensée et organisation sociale, et le regard qu'il pose sur le passé est imprégné des codes et de la vision de la société dans laquelle il vit. Ainsi, l'historien étudie le passé avec le regard de son époque et l'interprète en calquant sa vision du monde sur l'époque étudiée. De cette manière, si la société dans laquelle il vit ne tient pas compte des femmes, l'Histoire qu'il écrira n'en tiendra probablement pas compte non plus. On peut notamment le voir au travers du découpage des périodes historiques, qui selon l'historien Jacques Le Goff « *n'est pas un simple fait chronologique, il exprime aussi*

18. Citation de Michelle Perrot tirée d'une interview intitulée *Abolir la domination masculine, voilà le défi du XXI^e siècle*, réalisée par Marie Chaudey pour l'introduction de l'Atlas des Femmes, coédition Le Monde et La Vie, hors-série de septembre 2021. 9782368041284.

l'idée de passage, de tournant, voire de désaveu vis-à-vis de la société et des valeurs de la période précédente»¹⁹. À ce sujet, l'historienne Joan Kelly interrogeait dès 1976 l'existence d'une Renaissance pour les femmes²⁰. Décrite comme une période d'épanouissement intellectuel, la Renaissance a pourtant été pour les femmes une période de violences et de pertes de libertés, avec notamment, entre 1560 et 1630, les plus grands massacres des chasses aux sorcières.

Néanmoins, cette période reste associée à l'idée de progrès. Donc voir cette période sous cet angle revient à ne la percevoir que du point de vue des hommes. Une histoire écrite uniquement au travers du regard des hommes ne raconte pas l'Histoire de la population dans son entièreté. Si aujourd'hui l'historien se veut le plus impartial possible, et si les progrès, notamment technologiques, et la multiplicité des sources lui permettent plus d'objectivité, l'Histoire a néanmoins été pendant des années, et peut encore être aujourd'hui, un instrument involontaire de la domination masculine.

En outre, en suivant ce raisonnement, si l'historien écrit l'Histoire avec le regard de son époque, il en va de même pour le·la designer graphique, qui au travers des signes, des images et des messages qu'il·elle crée, transmet la vision de l'époque à laquelle il·elle appartient. Mais surtout il·elle contribue à construire les imaginaires de la société, et il·elle peut alors être complice de la propagation et du maintien de stéréotypes. Ainsi, même s'ils correspondaient

19. J. Le Goff, (2014). *Faut-il vraiment découper l'histoire en tranches?*, Paris : Le Seuil (La librairie du XXI^e siècle), 9782021106053.

20. J. Kelly, (1976). *Did women have a Renaissance?*

à la vision de l'époque, certains choix graphiques passés peuvent être aujourd'hui critiquables. On peut notamment le voir dans la campagne publicitaire Moulinex de 1961. À cette époque, les publicités représentaient la femme ménagère. Dans cette campagne, en affichant une femme jetant son tablier la marque montre son soutien à l'émancipation des femmes. Si cette représentation était à l'époque positive, notre regard actuel la qualifierait plutôt de sexiste.



Le slogan "*Moulinex libère la femme!*" apparaît sur une affiche publicitaire de Moulinex en 1961.

© Moulinex



Affiche publicitaire de Moulinex, 1962.
© Moulinex

C. ENJEUX DE L'INTÉGRATION DE FIGURES FÉMININES HISTORIQUES DANS L'ESPACE PUBLIC

La place de la mémoire dans l'espace public

L'espace public est un lieu majeur de l'expression de la mémoire d'une nation. Il est le siège d'actions commémoratives ponctuelles témoignant de la reconnaissance d'une nation envers des individus ou groupes d'individus, mais il accueille aussi de façon pérenne des représentations ou évocations des moments et des personnalités importantes de l'Histoire du pays. Au travers de la dénomination des rues, places et parcs, mais aussi des arrêts de transports en commun, ou encore des plaques, stèles, statues et monuments, un pays ou une ville livrent à ses habitants des fragments de son Histoire qu'ils estiment nécessaire d'honorer et de ne pas oublier. Choisie par les municipalités par le biais d'une commission composée notamment d'historiens, d'archivistes et de spécialistes de l'histoire locale, la toponymie urbaine est ainsi révélatrice de la mémoire collective d'une communauté. Partant de ce point de vue, l'attribution d'un nom n'est pas anodine. Le nom est investi d'une fonction commémorative et son choix reflète les valeurs d'un pays. Les personnalités sélectionnées pour donner leur nom à un lieu incarnent ces valeurs. Elles sont choisies pour leurs actions, leurs œuvres, leur mort héroïque, la gloire acquise durant leur vie ou le rôle qu'elles ont pu jouer

dans l'Histoire locale, nationale ou même mondiale. De ce fait, elles livrent à tous les usagers de l'espace public des modèles de comportements que le pays estime et glorifie, de valeurs vers lesquelles il souhaite tendre et au travers desquelles il voudrait être reconnu. Ainsi, comme l'illustre l'historienne Eliane Richard au travers de l'analyse de la toponymie de la ville de Marseille²¹, les choix des noms sont le reflet des mentalités d'un pays. Pendant la Seconde Guerre Mondiale, par exemple, au moment de la Libération, de nombreuses rues ont été nommées du nom du Général de Gaulle, alors perçu comme le libérateur de la France. Puis, sa mort et le centenaire de sa naissance furent sources de nouvelles vagues d'attributions de son nom à des voies publiques, afin de rendre hommage au résistant, libérateur, fondateur de la Ve République, et personnalité toujours estimée par le pays. On trouve ainsi aujourd'hui en France au moins 3633 communes comptant une voie au nom du Général de Gaulle²², ce qui en fait le nom le plus donné à des rues dans plus de la moitié des départements de France²³, et notamment dans la partie de la France occupée, ce qui illustre les volontés politiques régionales et témoigne de l'influence des mentalités sur la toponymie.

21. E. Richard, (2001). *Femmes dans la rue ou les «trous de mémoire» de la ville, l'exemple marseillais*, Paris : L'Harmattan, « La toponymie urbaine. Significations et enjeux », p. 103-110, 2747506568.

22. D. Valence, (3/12/2009). Philippe Oulmont (dir.), *Les voies "de Gaulle" en France. Le général dans l'espace et la mémoire des communes* Actes de la journée d'études du 12 juin 2007, Paris, Plon, coll.

23. Dm. (15/04/2016). *Noms de rues : le Général de Gaulle à la cote!*

Par conséquent, lorsque les mentalités d'une société évoluent, cela transparaît dans l'espace public. Un des exemples les plus frappants est l'évolution de la place de la mémoire juive en France. La mémoire des victimes de la Shoah fut tout d'abord largement occultée dans la période de l'après-guerre afin de privilégier une mémoire collective valorisante et honorable. La France rendait ainsi hommage aux résistants incarnant des valeurs patriotiques et d'exemplarité pendant la guerre. Ce n'est qu'en 1995 que le Président de la République va reconnaître pour la première fois la responsabilité de la France dans la persécution des Juifs, et il faudra attendre dix années supplémentaires pour voir apparaître le premier mémorial dédié aux victimes de la Shoah. Après cela, l'implication de la France s'est ancrée dans les mentalités et les commémorations et musées consacrés se sont multipliés dans toutes les régions dans un but de réparation et de mémoire.

Depuis quelques années, l'évolution des mentalités concernant l'égalité femmes-hommes reproduit un schéma similaire. La sous-représentation de figures féminines historiques dans l'espace public a été dénoncée, et beaucoup de municipalités essaient depuis de rétablir l'équilibre en attribuant des noms de femmes historiques à leurs nouvelles rues. Ainsi, les traces du passé visibles et entretenues dans le présent, nous en dévoilent finalement davantage sur la société actuelle que sur le passé qui est évoqué.

Changer les mentalités, un enjeu de la mémoire dans l'espace public

Si les représentations choisies pour figurer dans l'espace public sont le reflet des mentalités, alors l'inverse est-il possible ? Peut-on amener un changement de mentalités, ou, tout au moins, accompagner un changement en cours, en intervenant sur les représentations qui se trouvent dans l'espace public ?

Pour le sociologue français Pierre Bourdieu, la propagation et le maintien de la domination masculine dans les sociétés malgré les siècles, provient justement du fait que certains de ses codes ne sont pas questionnés. Et pour cause, ces codes, ces schémas de pensée, sont tellement ancrés dans nos inconscients que nous ne les percevons même plus. Pierre Bourdieu qualifie de « *violence symbolique* »²⁴ cette domination qui n'est pas perçue comme telle puisqu'elle n'est rien d'autre que l'application d'un ordre social, d'une vision du monde enracinée dans les habitudes du dominant comme du dominé.

La domination masculine, au moyen de cette violence symbolique, donne ainsi des codes à la société. On pourrait même dire qu'elle est source d'un imaginaire collectif qui assigne les femmes à des représentations dépréciatives et à des rôles sociaux bien précis, communément admis et appliqués par les hommes et par les femmes elles-mêmes.

Au cours de l'Histoire, c'est justement la remise en question des évidences qui a permis la transformation de la condition féminine. Questionner l'omniprésence des hommes dans les figures historiques

24. P. Bourdieu, (1998). *La domination masculine*. Paris : Seuil, 2020557711.

représentées dans les lieux publics pourrait donc contribuer à changer les mentalités.

Face à ce constat, comment le·la designer graphique peut-il·elle intervenir sur ces représentations automatiques inconscientes? Peut-il·elle, par une intervention dans l'espace public, agir sur des idées préconçues de façon à déconstruire les imaginaires de cette violence symbolique?

*«C'est même à cela que sert l'histoire. Elle aide à changer le monde dans la mesure où elle est l'art de se souvenir de ce dont on est capable et de ce qui est possible.»*²⁵. Dans *Les grandes oubliées*, Titiou Lecoq souligne le caractère inspirant des figures féminines historiques, dans le fait qu'elles incarnent des réalités incontestables et donc, des projections légitimes. Montrer le rôle qu'ont pu avoir certaines femmes dans l'histoire, présenter leurs œuvres, leur vie, montrer donc des contre-exemples à la pensée dominante, permet de prendre conscience que tout est possible pour tous, homme ou femme, et contribue à briser les stéréotypes de genres.

25. T. Lecoq, (2021).
*Les grandes oubliées,
Pourquoi l'Histoire
a effacé les femmes.*
Paris : L'Iconoclaste,
9782378802424.

L'importance de l'introduction de figures féminines historiques dans l'espace public

Si, comme l'exposait Pierre Bourdieu, la domination masculine est ancrée dans la société et que son application quotidienne est inconsciente, et si les transformations s'amorcent par une remise en question des évidences, alors il faudrait, pour pouvoir accéder à une égalité totale entre les genres,

et puisque l'on ne sait pas jusqu'où transparaissent ces mécanismes, tout remettre en question, ou du moins interroger tout ce qui relève d'une habitude culturelle. De ce fait, même si questionner la prépondérance de figures masculines dans l'espace public peut sembler n'être qu'une goutte d'eau dans l'océan, cela n'a pourtant rien d'anodin. Cette remise en question s'inscrit en effet dans un plus grand combat. Le biopic *On the Basis of Sex (Une femme d'exception)*²⁶ inspiré de la vie de l'avocate, juge et juriste américaine Ruth Bader Ginsburg, nous montre qu'elle a consacré sa vie et sa carrière à traiter des affaires de discrimination de genres et qu'elle a contribué à faire évoluer les lois et les droits des femmes aux États-Unis. Ainsi, comme elle l'a exprimé et démontré tout au long de sa carrière, c'est en s'attaquant à une situation étape par étape, un élément à la fois, que l'on parvient à un véritable changement.

La féminisation de l'espace public n'est qu'un aspect des changements à opérer pour se rapprocher un peu plus de l'égalité. Pourtant, ce petit changement peut avoir de multiples répercussions. Il va permettre, d'une part, de rompre avec certains schémas de pensée, de casser des stéréotypes, et d'autre part de légitimer les ambitions des enfants et notamment des filles. En effet, comme le soulevait déjà Pierre Bourdieu en 1998 dans *La domination masculine*²⁷, et comme le réaffirme plus récemment la sociologue Christine Détrez²⁸, un sentiment d'illégitimité inconscient pèse également sur les choix d'orientation des jeunes

26. Mimi Leder, *On the Basis of Sex* (2018) [film]. USA. 120 mn.

27. P. Bourdieu
Op. cit.

28. C. Détrez, (2016). *Les femmes peuvent-elle être de Grands Hommes ?* Paris : Belin. (égal à égal). 9782701193809.

29. À titre d'exemple, en 2019-2020, la part de femmes dans les CPGE était de 42,3% et d'à peine 28,4% dans les formations d'ingénieurs. *La parité dans l'enseignement supérieur*, publication du Ministère de l'enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation.

30. Si les femmes représentent 58 % des inscrits en Licence et 60 % en master, elles ne sont que 49 % en doctorat. *Ibid.*

filles. Si elles sont plus nombreuses à obtenir le baccalauréat et à poursuivre des études universitaires, elles sont pourtant sous-représentées dans les filières estimées²⁹, et elles disparaissent peu à peu à mesure que les niveaux des études s'élèvent³⁰. De plus, cela permet d'avoir une vision plus complète de l'Histoire de la société et de corriger des faits historiques. Enfin, la féminisation de l'espace public fait progresser la parité, enjeu majeur et instrument de l'égalité des genres.

Le·la designer graphique éco-responsable peut donc s'inscrire dans cette lutte pour l'égalité des genres en prenant part au combat plus modeste et resserré de la sous-représentation des femmes dans l'espace public. Et il·elle se qualifiera pour cela à sensibiliser le public à ces problématiques, mais surtout il·elle pourra initier un changement et contribuer à réparer les oublis de l'Histoire en réintroduisant des figures féminines historiques dans l'espace public.

La posture adoptée par le·la designer

Si un travail de sensibilisation est nécessaire pour initier les populations aux problématiques de l'invisibilisation des femmes dans l'espace public et éveiller leur regard sur ces absences, il ne peut néanmoins conduire à un changement visible et durable de l'espace public. En effet, comme l'a montré l'action réalisée par le Collectif Copines à Strasbourg, mais aussi d'autres actions similaires qui ont pu suivre dans d'autres villes, les dispositifs mis en place par les initiatives citoyennes de ce type, à visée de sensibilisation,

sont éphémères. Si ces actions sont essentielles à l'évolution des mentalités et témoignent d'une volonté de changement, elles n'ont cependant pas le pouvoir de rendre officiel ce changement dans l'espace public. Seules les institutions ont le pouvoir légal d'implanter une personnalité dans l'espace public au travers d'un toponyme. En effet, ce sont les communes qui décident des noms donnés à leurs rues. Le conseil municipal examine une liste de noms proposés par des membres du conseil municipal, par des habitants, ou par une commission, et procède à un vote.

Si les citoyens ont la possibilité d'interpeller et de questionner leur municipalité face au manque de figures féminines historiques en leur sein, à ce même titre, le-la designer graphique écoresponsable peut, grâce à ses compétences, proposer de sa propre initiative des outils à destination des communes, pour leur permettre de faire progresser la parité dans leurs rues.

Ainsi, à la manière de l'association *Mnémosyne*³¹ qui a réalisé en 2010 un manuel d'Histoire pour aider les enseignants à transmettre à leurs élèves une histoire plus inclusive et complète, l'objectif du-de la designer serait de concevoir les outils de communication graphique d'une mairie vers ses habitants, dans le but de les sensibiliser et d'initier une réparation.

31. Association pour le développement de l'histoire des femmes et du genre en France.

2 - S'ADAPTER AUX CONTRAINTE LIÉES À L'INVISI- BILISATION DES FEMMES

A. TRAVAILLER AVEC L'INVISIBLE

Pallier le manque de sources

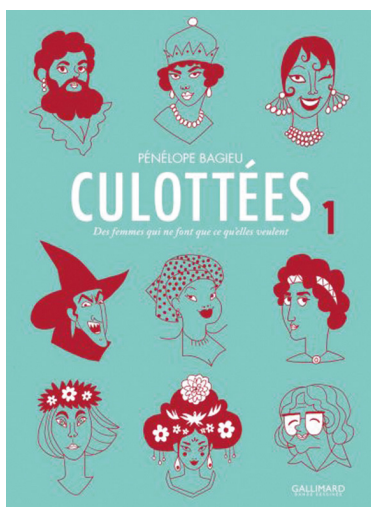
Puisque c'est en partie par manque de sources que les mémoires de femmes historiques ne se sont pas propagées et n'ont pas traversé le temps, c'est à ce même écueil que se trouve confrontée en premier lieu le·la designer graphique lorsqu'il·elle travaille à la réparation de leur invisibilisation. Les histoires, les informations biographiques et les photographies ou images historiques sont en effet les matières premières essentielles à ce travail. Face à ce déficit de sources informatives et iconographiques, le·la designer graphique peut s'entourer d'experts tels que des historiens ou des associations spécialisées. Il existe, notamment, en France, l'association *Mnémosyne* qui œuvre pour le développement de l'histoire des femmes et du genre. Étant spécialisée sur ce sujet, cette association pourra jouer le rôle de guide mais surtout d'évaluateur de la pertinence et de l'efficacité du projet lors de sa réalisation. Le·la graphiste peut également trouver des ressources au sein des archives publiques ou auprès des municipalités. Il est en effet

possible que ces dernières soient en possession de documents, ou tout au moins d'informations, relatives à l'implication de femmes dans l'histoire locale, ainsi qu'au sujet de certaines personnalités, telles que des artistes, écrivaines, poétesses ou encore résistantes, ayant vécu ou étant nées dans leur ville, mais aussi concernant l'influence que ces personnes ont pu avoir dans la vie de la ville, dans sa construction ou sa vie politique. Le·la designer graphique peut donc recourir à ces différents acteurs afin de collecter les informations qui lui sont nécessaires, qu'il s'agisse de la grande Histoire ou de la petite Histoire, plus locale, de l'Histoire des femmes en tant que groupe comme d'histoires individuelles.

Cependant, face à des photographies ou représentation anciennes, souvent peu nombreuses, voire rares selon la notoriété résiduelle de certaines de ces femmes, mais surtout de qualité réduite, il est nécessaire de trouver des alternatives pour pallier cette difficulté d'exploitation des images. De plus, ces visuels provenant d'époques variées, l'hétérogénéité des techniques et médiums employés selon les périodes historiques (peintures, gravures, photographies...) requiert de travailler et traiter l'iconographie de façon à créer une unité, une harmonie visuelle dans le projet. Dans ces circonstances, le·la graphiste peut notamment se tourner vers l'illustration. En s'inspirant de photographies ou de représentations historiques, il·elle peut dessiner les portraits de ces femmes oubliées, et ainsi produire une série de visuels homogènes et de résolution adaptée à une utilisation sur

des supports de toutes tailles. C'est notamment ce qu'a pu faire Pénélope Bagieu dans ses bandes dessinées *Les Culottées*³², dans lesquelles elle présente en quelques planches des biographies de femmes inspirantes ou aux destins déjouant les normes patriarcales. L'emploi de l'illustration permet ici de donner vie à ces récits historiques, mais surtout de créer une cohésion entre les représentations de ces femmes historiques ou contemporaines, oubliées ou peu connues.

32. P. Bagieu, (2016), *Les Culottées*. Paris : Gallimard, 2070601382.



Couverture de la bande dessinée *Les Culottées Tome 1* de Pénélope Bagieu (2016).
© Pénélope Bagieu

Hedy Lamarr

(actrice, inventrice)



HEDWIGE KIESLER
NAÎT LE 9 NOVEMBRE 1914,
À VIENNE.

DÈS LE PREMIER JOUR,
TOUT LE MONDE
S'ÉMERVILLE DE SA BEAUTÉ

SES PARENTS SONT JUIFS
ET MOITIÉ-HONGROIS.
EMIL EST BANQUIER,
TRUDE EST PIANISTE.

HEDY S'ENTEND DIRE TOUTE LA
JOURNÉE QU'ELLE EST LA PLUS
JOLIE DES PETITES FILLES, MAIS GA
NE L'EMPÊCHE PAS DE SE>NNYER
À MOURIR.



FILLE UNIQUE, ELLE SE PARLE
TOUTE SEULE ET MONTE DES
SPECTACLES POUR SES POUPEES.

SON PÈRE LUI EXPLIQUE
COMMENT TOUT FONCTIONNE.



SA MÈRE, QUI SAÎT QU'HEDY
SERA TOUJOURS COMPLIMENTÉE,
ESSAIE DE CONTRE-BALANCER
EN ÉTANT INTRAITABLE.



HEDY IMITE SES PARENTS,
SON CHAT, LES PASSANTS.



ELLE ADORE COPIER
LES ATTITUDES, LES VOIX,
FAIRE SEMBLANT.

ELLE APPREND QU'UN
STUDIO DE CINÉMA OUVRE
SES PORTES À VIENNE, ET
QU'ILS RECHERCHENT



ELLE N'A AUCUNE IDÉE DE
CE QUE C'EST, MAIS DÉCIDE
DE SÉCHER L'ÉCOLE UN APRÈS-
MIDI, ET D'Y ALLER AU CULOT.



Page extraite de la bande dessinée *Les Culottées* de
Pénélope Bagieu (2016).

© Pénélope Bagieu

Cependant, il est aussi intéressant de questionner la nécessité de représenter physiquement ces femmes oubliées. En effet, le·la graphiste a la possibilité de se tourner vers une représentation des éléments biographiques majeurs de ces personnalités plutôt qu'exclusivement vers une représentation de leur visage. En 2015, Wax³³ et Animafac³⁴ ont réalisé conjointement l'exposition *Les Découvreuses anonymes* dans le but de faire connaître des femmes scientifiques oubliées. Les panneaux réalisés pour cette exposition donnaient à voir les grands accomplissements de ces femmes au travers de leurs inventions, leurs découvertes, leur apport à la science. À titre d'exemple, on pouvait trouver sur l'un des panneaux une silhouette, rendue anonyme par des traits assez simples, portant une robe et ayant un ordinateur en guise de tête, qui incarnait ainsi Grace Hopper³⁵, la première programmeuse de l'Histoire. Ce type de représentation permet à la fois de susciter la curiosité car le visuel interroge, et d'éviter l'utilisation d'images de mauvaise qualité, tout en réussissant, malgré tout, à communiquer et à transmettre des connaissances sur ces femmes. De manière analogue, l'utilisation de pictogrammes pourrait également se révéler un moyen de dépeindre le portrait d'une femme historique au travers d'éléments biographiques tels que ses grands accomplissements, les évènements majeurs de sa vie ou encore le domaine professionnel dans lequel elle s'est illustrée. C'est un exercice auquel s'est justement prêtée la designer Zuzia Kozerska-Girard pour la création de son jeu de société *Who's She?*. Inspiré du *Qui-est-ce ?* le jeu

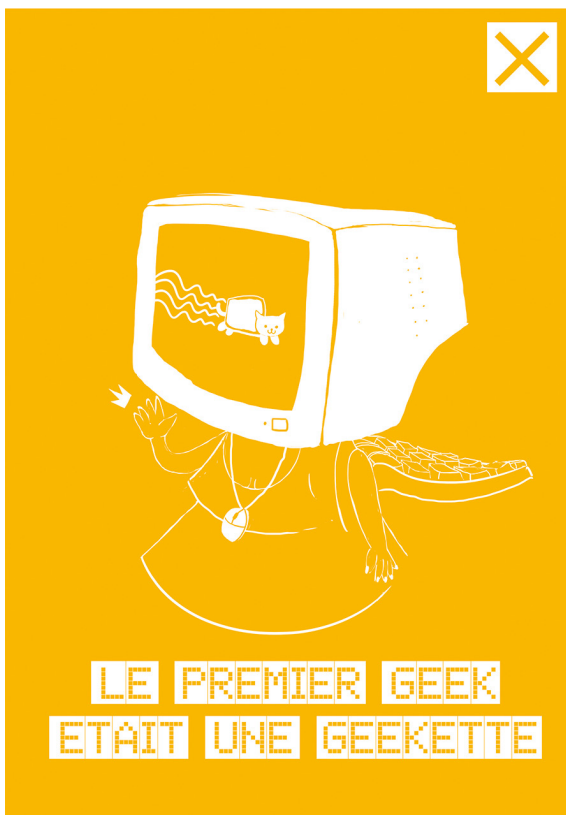
33. Association promouvant une science ludique et sans stéréotypes.

34. Réseaux d'associations étudiantes ayant pour vocation d'accompagner les initiatives étudiantes.

35. Grace Hopper (1906-1992) était une informaticienne et docteure en mathématiques américaine. Elle a notamment conçu le premier compilateur en 1951 et a créé le langage de programmation Cobol en 1959.

déjoue les stéréotypes en poussant les joueurs à poser des questions sur les réalisations des femmes, et non plus sur des caractéristiques physiques comme dans la version originale, pour parvenir à deviner leur identité (*étude de cas approfondie en Annexe*). Néanmoins, se tourner vers ces solutions pourrait contribuer à maintenir dans l'oubli les visages de ces femmes. En effet, même si leur nom et leurs grands accomplissements sont mis en avant, leur portrait physique, lui, reste méconnu de tous.

Enfin, le·la graphiste peut aussi s'orienter vers un contenu uniquement typographique. Si aucun visage de femme n'est révélé dans ce cas, une réalisation exclusivement typographique permettrait toutefois, et ce contrairement au portrait physique, de livrer l'Histoire des femmes en tant que communauté et non plus de ne livrer que des portraits individuels. Il serait ainsi possible pour le·la designer graphique de proposer une correction des connaissances historiques ou une relecture des faits historiques tels qu'on les connaît.



Panneau présentant l'informaticienne et docteure en mathématiques Grace Hopper, issu de l'exposition

Les Découvreuses anonymes.

© Wax, Animafac





Jeu de société *Who Is Who?* conçu par la designer Zuzia Kozerska-Girard.
© Playeress



Recherches personnelles autour de la représentation du vécu d'une personnalité au moyen de pictogrammes.
© Margaux Hermant



Recherches personnelles d'outils permettant aux habitants de découvrir des noms de femmes historiques en explorants les rues de leur ville.

© Margaux Hermant

Représenter l'absence

Si le·la designer graphique se doit de réparer, il lui faut aussi sensibiliser et donc initier le public à la question de l'invisibilisation des femmes dans l'Histoire, pour lui permettre de comprendre la nécessité d'une action de réparation. Le·la designer graphique doit donc témoigner et pour cela travailler à représenter l'absence de ces femmes. Mais comment alors représenter l'absence, le vide ou l'oubli? Comment montrer ce qui est invisible?

Au cours d'une recherche de procédés graphiques pouvant apporter des solutions à ces questions, il peut être pertinent de se demander dans un premier temps s'il n'est pas possible d'utiliser le manque de sources iconographiques et d'en tirer parti. En effet, montrer l'absence de ces femmes par une absence d'image, en donnant à voir un espace vide ou des portraits partiels, incomplets, pour représenter l'oubli et l'effacement dont elles ont été victimes pourrait ainsi être percutant. Le·la designer graphique peut donc questionner la silhouette comme mode de représentation de ces femmes. La silhouette a cette faculté de donner à voir une forme vague, et ici d'évoquer une femme sans réellement dévoiler de détails sur son identité, ne livrant d'elle qu'une forme approximative, résiduelle, telles les informations historiques que l'on en conserve. Pour explorer cette représentation figurative, le·la designer graphique peut trouver l'inspiration auprès d'artistes tels que Matisse et sa série des *Nus Bleus*. Ces œuvres, réalisées en 1952, sont composées de gouaches découpées donnant



Nu Bleu II, Henri Matisse, 1952.

© Succession H. Matisse

© Service de la documentation photographique du
MNAM - Centre Pompidou

naissance à des silhouettes imprécises. Réalisées en aplats monochromes, ces œuvres ne comportent pas de relief ce qui contribue à l'impression de simplicité des formes. Les ruptures qui dissocient ces aplats, et donc les membres du personnage représenté, évoquent un puzzle dont on essaierait de réunir toutes les pièces, et c'est ce travail de réparation que doit porter le·la designer graphique. De plus, les visages, sans détail, sont aussi de simples aplats colorés qui renforcent la sensation de dépersonnalisation et laissent penser que cette silhouette pourrait appartenir à n'importe quel individu.

Dans un travail de réparation des mémoires de femmes historiques, passant par des représentations au moyen de portraits, l'exploration de la notion de perte d'identité, due à l'absence de visage, semble à ce stade être un terrain de recherche fécond pour le·la designer graphique, et ce d'autant plus en raison de la pauvreté des sources iconographiques concernant ces femmes. Le visage détermine assurément l'identité d'une personne, il permet de la reconnaître. Ôter son visage à un individu est donc un acte fort qui revient à lui retirer son identité, son histoire, sa singularité. Mais c'est aussi une image puissante qui représente l'effacement dont ont été victimes ces femmes au cours de l'Histoire. Ainsi, remplacer un visage par un aplat coloré, pour symboliser l'oubli de ces femmes, amène le·la designer graphique à questionner la symbolique de la couleur qui devient par ce geste le corps de l'image. Si le noir peut évoquer dans les imaginaires collectifs le néant, le blanc semble

néanmoins être la couleur qui se prête le mieux à cet exercice d'occultation. Dans *Le petit livre des couleurs*³⁶, Michel Pastoureau et Dominique Simonnet confiaient en effet à propos de la symbolique contemporaine de la couleur blanche : « *Il reste que, dans notre vocabulaire, le blanc est associé à l'absence, au manque : une page blanche (sans texte), une voix blanche (sans timbre), une nuit blanche (sans sommeil), une balle à blanc (sans poudre), un chèque en blanc (sans montant)... Ou encore : «J'ai un blanc!»* ».

Enfin, l'absence peut aussi transparaître dans les éléments typographiques au moyen d'une altération de la typographie. Celle-ci peut être fragmentée ou partiellement effacée pour symboliser les manques et les lacunes présentes dans l'Histoire. Le-la désigner graphique peut aussi exploiter certaines caractéristiques des typographies existantes, telle la *Bifur*³⁷, composée en deux parties : une partie pleine, et une partie dont la forme générale est suggérée par des rayures. La dualité qui compose ainsi la lettre peut suggérer que l'Histoire elle-même est en deux parties. L'une est entière et détaillée, et représente l'Histoire des hommes que l'on raconte et que l'on connaît. L'autre partie, quant à elle, est plus effacée, incomplète, et représente l'Histoire existant en parallèle, l'Histoire des femmes. De cette façon, enlever une moitié de ces caractères dans un texte rendrait celui-ci illisible, et traduirait la nécessité de compléter et de réparer l'Histoire qui nous est transmise.

36. M. Pastoureau, D. Simonnet, (2007), *Le petit livre des couleurs*. Editions Points, 9782757803103.

37. Police de caractères dessinée en 1929 par le graphiste, affichiste et typographe franco-russe Cassandre (1901-1968).

A B C D E F G H I
J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6
7 8 9 , - . : ; ' " '
? ! \$ ()  " "

La Bifur, dessinée par Cassandre en 1929.



Recherches personnelles exploitant la dualité du dessin de la *Bifur*. Ici, l'utilisation de la lumière fait apparaître, par transparence, la deuxième partie des caractères, imprimés au verso du support, pour révéler le sens du message.

© Margaux Hermant

8
MARS
2022

JOURNÉE
INTERNATIONALE DES
DROITS DES FEMMES



Téléphoniste de nuit
à la gare de La Souterraine,
Blanche Perrot intercepte
pour le réseau de la Résistance
« Alliance »
les communications
des militaires allemands
lors de la Seconde Guerre Mondiale.

BLANCHE PERROT

POURQUOI PAS UNE RUE À SON NOM ?



Recherches personnelles.

Conception d'affiches reprenant le principe de l'occultation d'un visage par un aplat blanc symbolisant l'oubli.

© Margaux Hermant

B. COMMUNIQUER SUR UN SUJET SUSCEPTIBLE DE SUSCITER LA CONTROVERSE

Éviter les stéréotypes

Dès lors qu'il·elle traite d'une « catégorie » d'individus, en l'occurrence ici les femmes, le·la designer graphique se doit d'être vigilant face à certains choix pour éviter d'entretenir des clichés ou stéréotypes. Il·elle doit donc dans un premier temps être attentive à ses choix typographiques. Selon la théorie de la valence différentielle établie par Françoise Héritier³⁸, « *La plus importante des constantes, celle qui parcourt tout le monde animal, dont l'homme fait partie, c'est la différence des sexes (...) Il existe de l'identique et du différent. Toutes les choses vont ensuite être analysées et classées entre ces deux rubriques. (...) Dans toutes les langues, il y a les catégories binaires qui opposent le chaud et le froid, le haut et le bas, l'actif et le passif, le sain et le malsain...* »³⁹. Cette théorie implique une classification binaire issue de l'opposition du masculin et du féminin, qui conduit toute chose ou qualificatif à être associé à l'un des deux genres. Cette association diffère en fonction de ce qui est perçu comme positif ou négatif, selon les époques et les cultures. De ce fait, et selon cette logique, l'inconscient associera spontanément un caractère gras, imposant, avec de larges fûts ou des empattements épais tels qu'en ont par exemple les Mécanes⁴⁰ au genre masculin.

38. Anthropologue et ethnologue française (1933-2017).

39. F. Héritier (1996), *Masculin/Féminin, La pensée de la différence*. Editions Odile Jacob, 9782738103383.

40. Typographie qui se distingue par ses empattements rectangulaires, selon la classification Vox-Atypi.

Rockwell

Aa Ee Gg

Nn Qq Rr

a

TURBINE

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

0123456789

La *Rockwell*, conçue par Monotype en 1934 sous la direction de Frank Hinman Pierpont, est une typographie identifiée comme une Mécane selon la classification Vox-Atypi.

Une typographie fine, douce, ayant des pleins et déliés contrastés évoquera cette fois plutôt le genre féminin. Afin d'éviter de perpétuer ces associations inconscientes et stéréotypées, le-la designer graphique doit préférer des typographies neutres ou se tourner vers des typographies qui évoquent les autres caractéristiques du projet, ici, l'Histoire ou l'espace public.

De manière similaire, et de façon plus évidente, les choix colorimétriques sont, eux aussi, susceptibles d'entretenir des stéréotypes en raison des connotations que possèdent certaines couleurs. Dans les imaginaires collectifs, le rose et le bleu sont les couleurs communément associées aux genres féminin et masculin. Comme l'explique Michel Pastoureau dans *Le petit livre des couleurs*⁴¹, c'est à partir du XVI^e siècle que le bleu, car discret, se voit associé au masculin, et que le rouge, devenu rose par la suite, acquiert les symboliques de tendresse, féminité, douceur, voir mièvrerie, et s'associe au féminin. En conséquence, il est préférable pour le-la designer graphique d'éviter l'emploi du rose comme couleur unique, afin d'écarter l'association « facile » et stéréotypée du rose au féminin. Mais il lui est aussi préférable d'éviter d'utiliser en confrontation le rose et le bleu, qui seraient alors directement associées au masculin et au féminin, et suggéreraient à tort un message en lien avec les genres. Cette confrontation colorée serait susceptible d'évoquer une opposition des genres dans l'Histoire, ce qui porterait préjudice au véritable message porté par l'action graphique : la prise de conscience et la réparation des oublis passés.

41. M. Pastoureau,
D. Simonnet, *Op. cit.*



La typographie *PlaaK*, créée par Damien Gautier est inspirée des typographies que l'on peut observer sur les plaques de rues françaises. L'emploi de cette typographie pourrait donc être un choix pertinent pour le-la designer graphique.

©250tf

Définir un ton adapté

L'action graphique visant ici à sensibiliser et à réparer, le ton employé doit être en accord avec ces objectifs. Lors de l'action de sensibilisation il faut donc veiller à ne pas tomber dans la dénonciation, le ton deviendrait alors moralisateur et accusateur. De la même manière, cette action graphique ne doit pas aller à l'encontre du propos initial. Si cela peut sembler logique de prime abord, il s'agit surtout de ne pas reproduire les erreurs passées. Autrement dit, l'introduction de figures féminines dans l'espace public ne doit pas se faire au détriment, ni par le remplacement de personnalités, femmes ou hommes, déjà présentes dans l'espace public. Pour guider sa démarche, le-la designer graphique peut s'inspirer d'actions telles que celle menée par le collectif Copines à Strasbourg en 2018, lors de laquelle les plaques de rues en papier au nom de femmes, collées dans les rues de la ville par le collectif, avaient pour but de questionner la population sur la sous-représentation des femmes dans l'espace public ainsi que sur la possibilité de rues nommées d'après des femmes. Ces affichettes éphémères étaient donc des propositions pour l'avenir et n'avaient pas pour vocation de demeurer en place et de remplacer les plaques de rues existantes.



Action de féminisation des noms de rues menée par le Collectif Copines, à Strasbourg, en 2018.

© Collectif Copines



Expérience personnelle.

Affichage mené lors du 8 mars dans les rues et les vitrines des commerces de la ville de La Souverainne, afin d'échanger avec les habitants sur le manque de noms de femmes dans leurs rues. Cette expérience a révélé que les habitants sont sensibles à l'évocation de personnalités locales et à l'idée de pouvoir participer à la vie de leur ville.

De plus, un premier contact avec la mairie lors de cette journée, a confirmé son intérêt pour cette problématique.



© Margaux Hermant

© Anne-Catherine Adam-Céard

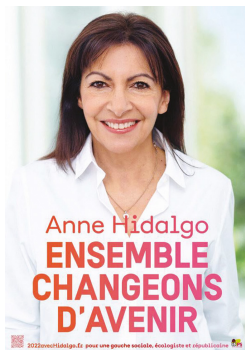
Choisir le moment propice

Pensée dans le cadre de la semaine de l'égalité à l'université de Strasbourg et réalisée à l'occasion de la journée internationale des droits des femmes, l'action menée par le collectif Copines s'est tenue lors d'un moment propice à l'expression de ces questionnements. Le choix de cette date n'est pas anodin. La perception, et donc la réception, d'un travail de sensibilisation et de réparation de l'invisibilisation des femmes dans l'Histoire, est probablement meilleure si l'action graphique prend place dans un contexte, ou à un moment, dans lequel les populations sont disposées à ouvrir la discussion sur ces sujets. Il peut donc être opportun, pour le·la designer graphique, de s'appuyer sur un événement ou une occasion particulière, comme la création de nouvelles rues, nécessitant alors le choix d'un nom à leur attribuer. Puisqu'il est possible pour les municipalités de proposer aux habitants de choisir un nom à donner à une nouvelle rue, le·la designer graphique peut s'inscrire dans cet événement et inciter, par une action graphique, les habitants à prendre part à la vie de leur ville en votant pour le nom qu'ils souhaiteraient voir figurer sur les futures plaques de rues. L'action graphique de sensibilisation et de réparation de la sous-représentation de figures féminines historiques dans l'espace public prend dès lors la forme d'une campagne électorale, ayant comme candidates des femmes oubliées, et à l'issue de laquelle l'une d'elles verra son nom inscrit sur les plaques d'une nouvelle rue.

C. FAIRE CAMPAGNE

S'emparer des codes existants

Puisque l'action graphique prend donc la forme d'une campagne électorale, le rôle du·de la designer graphique est de lui donner forme et d'outiller la mairie pour sa mise en place. Le·la designer graphique doit pour cela explorer les différents supports réalisés dans le cadre d'une campagne électorale. Le principal et indispensable se trouve être l'affiche, de format A3 à A1. Celle-ci met en lumière le candidat et suit certains codes graphiques comme la présence dans la majeure partie de l'affiche du portrait du candidat, mais on trouve aussi la mention du nom de ce dernier ainsi qu'un slogan qui résume et affirme ses ambitions, ces éléments textuels se présentant la plupart du temps dans une typographie linéale au corps relativement imposant pour être lisible à distance. Pour transmettre l'esprit de la campagne électorale, et donc faire comprendre aux habitants qu'ils vont être par la suite amenés à voter, le·la designer graphique doit en reprendre les codes, mais il·elle se doit aussi de les adapter à la situation. En effet, les candidates de cette campagne se trouvent être des femmes oubliées, des femmes du passé, et de ce fait, elles ne font pas des promesses d'avenir mais incarnent plutôt une histoire à revaloriser. Les programmes, ordinairement de format A4 et distribués aux habitants dans leur boîte aux lettres, seront tout particulièrement à adapter. Le contenu textuel de ces supports est en effet généralement dense, alors que les informations



(Ci-contre) Exemples d'affiches officielles de candidats à la campagne présidentielle d'avril 2022.

(Ci-dessous) Affichages des portraits des candidats sur les panneaux d'affichages électoraux de la ville de La Souterraine avant les élections présidentielles d'avril 2022.

© Margaux Hermant



biographiques qu'il est possible de transmettre sur ces femmes est, quant à lui, parfois très limité. En supplément, le·la designer graphique peut également porter attention à des supports annexes de cette campagne, tels que les bulletins de vote ou encore parfois les stickers reprenant le slogan d'un candidat ou incitant à voter pour son nom. Ce dernier support, d'affichage plus sauvage, peut néanmoins contribuer à faire s'investir davantage les habitants dans le déroulé de cet événement citoyen. Pour ce qui est de la mise en place de la campagne, il est tout à fait possible de suivre l'organisation officielle habituelle, qui comporte le collage des affiches sur les panneaux d'affichages électoraux et le vote en mairie.

Enfin, pour aller plus loin, le·la designer peut aussi s'intéresser au fait de concevoir des supports « post-vote » permettant aux habitants de proposer à la mairie d'autres noms de femmes oubliées, qui ne faisaient pas partie de la campagne, et qui pourraient, potentiellement, devenir les candidates d'une future élection si un nouveau lieu devait être nommé.

Les candidates et l'élection

Tout comme pour n'importe quel toponyme, les candidates présentées pour cette élection sont choisies pour leur importance à l'échelle nationale ou locale. En présentant des personnalités d'importance nationale, le·la designer graphique peut interpeller les électeurs en faisant écho dans leur mémoire à des noms déjà entendus ou vus auparavant lors d'une conférence, un journal télévisé, un livre ou encore un ancien cours d'Histoire. Parallèlement, présenter des femmes ayant eu une importance locale peut contribuer à rendre les habitants plus concernés par la campagne. En effet, leur implication dans l'histoire locale leur confère un caractère « accessible », les habitants se sentent ainsi plus proches de ces personnalités. De surcroît, le choix des personnalités locales peut être laissé libre aux municipalités, qui peuvent donc proposer des noms de femmes historiques liées à leur ville comme à leur région, et ainsi valoriser le patrimoine et l'histoire locale.

L'action graphique proposée qui se scinde entre une série de portraits d'importance nationale et une série d'importance locale, est ainsi aisément transposable dans d'autres communes. La première série reste fixe, la deuxième s'adapte au lieu où prend place la campagne électorale et est réalisée en fonction d'une liste de noms choisis par la mairie. De plus, cette campagne peut également intervenir dans le cadre du choix du nom de tous nouveaux lieux tels qu'un parc, une école, une bibliothèque ou encore une piscine municipale.

Les différents temps de la campagne

Pour sensibiliser à l'invisibilisation et réparer le manque historique, le·la designer graphique peut questionner la temporalité de son travail, et l'articuler en deux temps correspondant à ces deux objectifs : la sensibilisation montre le manque, et la réparation vient le combler. Le·la designer graphique peut tirer parti ou avantage de ces deux temps en installant un suspense ou un jeu avec les habitants, et ainsi créer un lien entre eux et la campagne. Le premier temps, et en l'occurrence la première série d'affiches, va interpeller les habitants, susciter leur curiosité et les faire s'interroger. Le deuxième temps, et donc la deuxième série, qui correspondra aux portraits officiels de la campagne, vient apporter une réponse. Ce procédé, appelé *le suspense en deux épisodes*, est décrit dans le livre *De la Stratégie Marketing à la Création Publicitaire*⁴² de Henri Joannis qui le définit ainsi : un premier message fait office de teaser et pousse l'observateur à être attentif à l'arrivée de la seconde partie du message.

42. H. Joannis,
V de Barnier,
(2005), p.267-269,
Paris : Dunod,
978-2-10-053999-4.

En design graphique il existe diverses façons d'employer ce principe publicitaire. Il peut être exploité au moyen de la lumière : il est possible de créer un support sur lequel apparaîtrait un premier message ou une première image, partiellement visible. La deuxième partie du message, inscrite ou gravée au dos du support, se révélerait par transparence lorsque la lumière traverserait le support. L'utilisation de la lumière est d'autant plus intéressante car elle transmet l'idée symbolique de mettre

en lumière l'invisibilisation des femmes et de faire sortir de l'ombre ces femmes oubliées. Le·la designer graphique peut également s'orienter vers les possibilités offertes par certains types d'encre, telles que des encres thermique, hydrochromique ou encore photochromique, qui lui permettront de rythmer les moments d'apparition du deuxième message. Cette double lecture d'un même support au moyen d'encres particulières a notamment été expérimentée par la designer Sawa Tanaka dans une édition intitulée *Spot Nocturnal Animals*. Il s'agit d'un livre imprimé à l'encre phosphorescente. À la lumière du jour, la couverture du livre est vierge et les pages intérieures ne laissent apparaître que des empreintes d'animaux. La nuit, les pages s'animent et l'histoire de ces créatures nocturnes se déploie.

Enfin, ces deux temps, et les deux séries d'affiches qui apparaîtront successivement lors de la campagne, peuvent aussi renvoyer une image symbolique au public : le premier temps, le temps du constat, correspond à la situation actuelle dans laquelle ces femmes sont effacées et très peu connues. Le deuxième temps reflète la situation finale, à l'issue de l'action graphique et de l'action de vote, dans laquelle ces femmes ont désormais un visage, un nom et où elles reprennent doucement leur place dans la société, dans les rues et dans l'Histoire





Spot Nocturnal Animals, édition de Sawa Tanaka.

ANNEXES

ÉTUDE DE CAS : L'EXEMPLE DU JEU *WHO'S SHE?*

Présentation

Catégorie : jeu de société

Créateur/Designer : Zuzia Kozerska-Girard

Pays : Pologne

Année : 2018

Financement : participatif (campagne Kickstarter)

Vente : sur le site Playeress

Prix : 90€

Âge : à partir de 6 ans

Nombre de joueurs : 2

Langues : 6 langues disponibles (anglais, français, italien, espagnol, allemand, polonais)



Inspiré du jeu « *Qui-est-ce ?* » autant par le concept que par l'apparence, le jeu *Who's She?* apporte cependant quelques modifications importantes. Dans les règles du *Qui-est-ce ?* classique, il faut faire deviner les personnes grâce à des questions sur leur apparence, alors que dans *Who's She?* les questions sur l'apparence sont interdites, les joueurs doivent poser des questions sur les réalisations et les actions des femmes pour deviner leur identité. Cette « variante » du *Qui-est-ce ?* remet en question la version originale du jeu très stéréotypée, elle se veut plus tolérante et cherche à valoriser les accomplissements des personnes plutôt que de concentrer l'attention sur l'apparence.

Le jeu met à l'honneur 28 femmes de toutes catégories et de différentes cultures, connues ou non, mais ayant toutes accompli de grandes choses ou ayant marqué l'Histoire par leurs exploits et combats. Sur le plateau et les cartes biographiques, les réalisations des différentes femmes sont résumées à l'aide de pictogrammes. Ces derniers et leur signification se retrouvent sur une bande de légende, ce qui permet de jouer très facilement sans connaître toutes les femmes.

La fusée est par exemple utilisée pour les personnalités qui ont travaillé dans l'aérospatial, comme la cosmonaute Valentina Tereshkova, tandis que l'haltère sert à identifier les sportives, comme la boxeuse Mary Kom. Ces pictogrammes aident à trouver des idées de questions et, à force de jouer, ils permettent d'apprendre les réalisations de ces femmes.

Ce jeu créé par la designeuse polonaise Zuzia Kozerska-Girard est ainsi un jeu éducatif et instructif, il permet la transmission d'histoires et de connaissances au travers de résumés biographiques. Le cadre du jeu se révèle pertinent pour l'apprentissage aux enfants.



Contenu du jeu

2 planches (27x27 cm),
de 28 cadres chacune avec
les portraits à l'aquarelle
imprimés sur le bois

Une boîte de rangement
(37x29x7 cm) contenant
les règles du jeu



2 bandes de légende pour aider à comprendre
les pictogrammes

nom et prénom

dates et nationalité(s)



série de pictogrammes résumant ses grands accomplissements

ce pour quoi elle est principalement connue

faits et anecdotes amusants sur sa vie, avec des éléments en caractères gras et de petites illustrations pour faciliter la compréhension par les enfants



28 fiches biographiques livrant chacune un portrait d'une grande femme.

Les portraits de femmes

Les portraits sont des aquarelles réalisées par l'artiste polonaise Doria Golab, et imprimées directement sur le bois par un traceur.

L'artiste souhaitait des portraits réalistes et non-idéalisés afin que les femmes soient tout de suite reconnaissables, ce qui donne lieu à un graphisme plutôt sérieux, qui laisse pressentir un moment d'apprentissage.

Pour obtenir un dessin réaliste, le choix de l'aquarelle semble être cohérent. De plus, ce réalisme permet aux enfants de mieux saisir le fait qu'il s'agit ici de personnalités réelles, vivantes ou ayant vécu. Cependant, même si les pictogrammes facilitent la compréhension, cet univers graphique et les contenus biographiques laissent penser que le jeu est destiné à des adultes, ou à un temps d'échange entre adulte et enfant, plutôt qu'à deux jeunes enfants ensemble comme l'indique pourtant le « 6 ans et + » inscrit sur la boîte.

Les personnalités ont été choisies par la designeuse parmi les biographies de 400 femmes afin que soient présentes des femmes issues de différentes cultures, de différents lieux et de différentes professions. L'objectif était aussi de sélectionner des femmes connues et d'autres très peu connues, du passé comme actuelles.



La fabrication

Le jeu est entièrement fabriqué (produit, assemblé et emballé) en Pologne, à Varsovie. La fabrication se veut éco-responsable : le jeu ne contient aucun plastique, il est entièrement fait en bois ce qui le rend résistant et durable. Seules les charnières qui relient les portraits au plateau sont en métal ce qui assure la solidité et la durabilité du mécanisme de « pliage ». De plus, Playeress est une petite équipe de 4 personnes qui travaille avec des fournisseurs polonais locaux et qui assemble les jeux à la main dans leur atelier.





Les formes du jeu sont simples et la construction se veut efficace. La forme du jeu a été pensée pour être facilement manipulable par les joueurs mais aussi pour être facile et rapide à assembler pour les fabricants. De plus, les bords découpés des différentes pièces ne sont pas nettoyés, les traces de brûlures de la découpe sont visibles. La raison doit également être une volonté de gain de temps de fabrication. Poncer chaque pièce à la main demanderait beaucoup de temps, et entraînerait un prix de vente encore plus élevé pour le jeu.

Autres versions du jeu

Quelque temps après la sortie du jeu, sûrement dans un souci d'accessibilité (le jeu a un coût assez élevé), Playeress a conçu deux autres versions du jeu :

- une version en carton épais à 45€ (à gauche)
- une version en papier rigide à 15€ (à droite), dans laquelle les cartes biographiques sont à découper soi-même, probablement pour éviter d'ajouter un coût supplémentaire pour le découpage des éléments.

Si ces deux nouvelles versions rendent le jeu plus accessible, elles semblent cependant moins durables en raison des matériaux utilisés. La partie pliable semble particulièrement sensible à l'usure, les portraits risquent de s'abîmer, voir de se détacher à force d'être manipulés.

De plus, la version papier qui se présente sous la forme d'une enveloppe facilement transportable et non plus d'une boîte, est encore plus susceptible d'être détériorée par le transport.



Conclusion

Le jeu de société est un moyen efficace de présenter et d'enseigner des figures de femmes historiques à des enfants.

La fabrication du jeu *Who's She?* a été pensée pour être efficace et éco-responsable, et les matériaux employés pour sa conception lui confèrent une bonne tenue dans le temps.

Enfin, le jeu n'a pas la prétention de radicalement changer les mentalités de la société mais il se veut pragmatique : agir sur les foyers peut contribuer à faire progressivement changer les mentalités à petite échelle en enseignant des valeurs aux enfants.

Cependant, l'enseignement de ces valeurs aux enfants nécessite en partie que les parents soient sensibles à ces problématiques pour leur acheter ce jeu.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES :

BAGIEU Pénélope

Les Culottées

Paris : Gallimard, 2016.

ISBN 2070601382

BOURDIEU Pierre

La domination masculine

Paris : Seuil, 1998.

ISBN 2020557711

Collectif Georgette Sand

Ni vues ni connues

Paris : Hugo Doc (Les Simone), 2017.

ISBN 9782755631920

DÉTREZ Christine

Les femmes peuvent-elle être de Grands Hommes ?

Paris : Belin (égal à égal), 2016.

ISBN 9782701193809

DE GOURNAY Marie

Égalité des hommes et des femmes

Paris : Gallimard (folio sagesse), 2018 (édition originale de 1622).

ISBN 9782072760990

HÉRITIER Françoise

Masculin/Féminin, La pensée de la différence

Paris : Éditions Odile Jacob, 1996.

ISBN 9782738103383

**HÉRITIER Françoise, PERROT Michelle,
AGACINSKI Sylviane, BACHARAN Nicole**

La plus belle histoire des femmes

Paris : Seuil, 2011.

ISBN 9782020495288

JOANNIS Henri, DE BARNIER Virginie

De la Stratégie Marketing à la Création Publicitaire

Paris :Dunod, 2005.

ISBN 978-2-10-053999-4

LECOQ Titiou

Les grandes oubliées : Pourquoi l'Histoire a effacé les femmes

Paris : L'Iconoclaste, 2021.

ISBN 9782378802424

LE GOFF Jacques

Faut-il vraiment découper l'histoire en tranches ?

Paris : Le Seuil (La librairie du XXI^e siècle), 2014.

ISBN 9782021106053

McCABE Jess

3 Minutes pour comprendre 50 courants, théories et figures du féminisme

Paris : Le Courrier du livre, Guy Trédaniel, 2020.

ISBN 978-2-7029-1729-9

**PASTOUREAU Michel,
SIMONNET Dominique**

Le petit livre des couleurs

Éditions Points, 2007.

ISBN 9782757803103

REY Alain

*Dictionnaire Historique de la langue française
sous la direction d'Alain Rey,*

Paris : Le Robert, Nouvelle édition 2010.

ISBN 978-2-84902-646-5

TESTART Alain

L'Amazone et la cuisinière

Paris : Gallimard, 2014.

ISBN 978-2070143412

WOOLF Virginia

Une chambre à soi

Paris : Gonthier, 1929.

ISBN 9782264033604

ARTICLES :

KELLY Joan

Did women have a Renaissance?

1977.

PERROT Michelle

La domination masculine, voilà le défi du XXI^e siècle

Interview par Marie Chaudey.

Le Monde et La Vie, september 2021, p. 8-11.

ÉTUDES :

Centre Hubertine Auclert

*Histoire et égalité femmes-hommes : peut mieux faire!
La représentation des femmes dans les manuels d'histoire
de seconde et de CAP*

2011.

www.centre-hubertine-auclert.fr

Centre Hubertine Auclert

*Les manuels de français se conjuguent au masculin. La
représentation des femmes dans les manuels de français
de seconde*

2013.

www.centre-hubertine-auclert.fr

Centre Hubertine Auclert

*Faire des manuels scolaires des outils de l'égalité entre les
femmes et les hommes*

Réédition 2020 (édition originale 2014).

www.centre-hubertine-auclert.fr

COLARD Fanny

*Analyse - La place des femmes dans les manuels scolaires
d'Histoire : le cas de la Belgique*

2015.

www.femmesprevoyantes.be

SOROPTIMIST

Alerte Média : 6% des rues rendent hommage à des femmes

22 janvier 2014.

union.soroptimist.fr

ARTICLES EN LIGNE :

BOULET Pierre, GUIRANE Ndao

La parité dans l'enseignement supérieur

Ministère de l'enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation, mai 2020.

Page consultée le 18/01/2022

https://publication.enseignementsup-recherche.gouv.fr/eesr/FR/T173/la_parite_dans_l_enseignement_superieur/

DUMONT Ariel F.

Noms de rues : et les femmes ?

Le Matin, 8/10/2012.

Page consultée le 4/12/2021.

<https://www.lematin.ch/story/noms-de-rues-et-les-femmes-204677710124>

DM

Noms de rues : le Général de Gaulle a la cote!

France 3 Région, 15/04/2016.

Page consultée le 20/01/2022.

<https://france3-regions.francetvinfo.fr/auvergne-rhone-alpes/noms-de-rues-le-general-de-gaulle-la-cote-976242.html>

GATINOIS Claire

L'entrée au Panthéon de Joséphine Baker, un symbole pour Emmanuel Macron

Le Monde, 23/08/2021.

Page consultée le 3/09/2021.

https://www.lemonde.fr/politique/article/2021/08/23/l-entree-au-pantheon-de-josephine-baker-un-symbole-pour-emmanuel-macron_6092098_823448.html

MATHIEU Pierre

À Paris, à vous de choisir les noms de femmes qui vont baptiser les nouvelles stations de métro

La Dépêche, 10/01/2020.

Page consultée le 12/01/2022.

<https://www.ladepeche.fr/2020/01/10/a-paris-a-vous-de-choisir-les-noms-de-femmes-qui-vont-baptiser-les-nouvelles-stations-de-metro,8652667.php>

DE MONTALIVET Hortense

À Paris, les statues de femmes sont rares, mais en plus elles sont problématiques

Huffingtonpost, 29/01/2018.

Page consultée le 10/12/2021.

https://www.huffingtonpost.fr/entry/statues-paris-memoire-macron-300-noms-charlotte-soulary_fr_60112913c5b6a0814272e07f

ALIX Erwan, JOLY Frédéric, LECLERC Annaïck, LEVEQUE Alexandre, VOYER Jean-Gabriel

Rentrée scolaire. Noms des écoles : les femmes sous-représentées

Ouest France, 4/09/2018.

Page consultée le 12/01/2022.

<https://www.ouest-france.fr/education/rentree-scolaire/rentree-scolaire-noms-des-ecoles-les-femmes-sous-representees-5944311>

ROLLAND Anne-Solène

Les femmes artistes sortent de leur réserve

Ministère de la Culture, 21/07/2021.

Page consultée le 12/01/2022.

<https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Musees/Les-musees-en-France/Les-collections-des-musees-de-France/Decouvrir-les-collections/Les-femmes-artistes-sortent-de-leur-reserve/Presentation>

PODCASTS :

BÉCARD Carine, DELVAUX Éric

Tant qu'on ne cherche pas les femmes dans l'Histoire, on ne les trouve pas

France Inter - L'invité du week-end (17min), 2021.

<https://www.franceinter.fr/emissions/l-invite-du-week-end/l-invite-du-week-end-du-dimanche-19-septembre-2021>

LEBRUN Jean

Les noms de rues gagnent des prénoms féminins

France Inter - Le vif de l'histoire (4min), 2021.

<https://www.franceinter.fr/emissions/le-vif-de-l-histoire/le-vif-de-l-histoire-06-mai-2021>

MNÉMOSYNE

Du genre dans l'histoire - épisode 1 : Le genre en histoire

Mnémosyne (24min), 2021.

<https://www.mnemosyne.asso.fr/mnemosyne/podcast/>

RENARD Camille

« *Il y a plus inconnu que le soldat, c'est sa femme* » :

Christine Delphy raconte l'acte de naissance du MLF

France Culture (3min), 2020.

<https://www.franceculture.fr/societe/il-y-a-plus-inconnu-que-le-soldat-cest-sa-femme-christine-delphy-raconte-lacte-de-naissance-du-mlf>

FILMS :

GAVRON Sarah

Les Suffragettes (Suffragette)

Film historique. Royaume-Unis (106 min), 2015.

LEDER Mimi

Une femme d'exception (On the Basis of Sex)

Drame biographique. États-Unis (120 min), 2018.

CONCEPTION GRAPHIQUE

Margaux Hermant

PAPIER

Papier Cocktail Fabriano, Purple Rain, 290g

TYPOGRAPHIES

Adobe Caslon Pro

PLAAK

Imprimé et façonné en 7 exemplaires à la Cité scolaire
Raymond Loewy de La Souterraine en mai 2022.

Le copyright de chaque image du corpus appartient aux organismes, institutions ou auteurs respectivement cités. Si, malgré les recherches entreprises pour identifier les ayants droit des images reproduites, des oublis subsistent, l'étudiante vous prie de l'en excuser et se tient à la disposition des personnes dont elle n'aurait involontairement pas cité le nom.

Face au constat de la faible représentation des femmes dans l'Histoire et dans la sphère publique, en ce qu'elles ont été oubliées, effacées de la mémoire collective, ce mémoire de recherche s'intéresse aux enjeux de l'introduction de personnalités historiques féminines dans l'espace public.

Comment le·la designer graphique éco-responsable peut-il·elle s'investir dans cette recherche de parité? Quels types d'actions peut-il·elle engager? Comment le·la spécialiste de l'image qu'est le·la designer graphique peut-il·elle donner à voir l'invisible?