



HAL
open science

L'affiche électorale : art, stratégie et matière à politique

Marie-Aude Fouéré

► **To cite this version:**

Marie-Aude Fouéré. L'affiche électorale : art, stratégie et matière à politique : La Révolution, l'opposition et les élections de 2015 à Zanzibar. *Politique africaine*, 2016, Matérialités du vote, 144, pp.115-134. 10.3917/polaf.144.0115 . halshs-01492988

HAL Id: halshs-01492988

<https://shs.hal.science/halshs-01492988>

Submitted on 13 Apr 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Public Domain

Marie-Aude Fouéré

L’affiche électorale : art, stratégie et matière à politique

La Révolution, l’opposition et les élections de 2015 à Zanzibar

L’efficacité politique des affiches électorales ne résulte pas simplement du pouvoir de l’image. Cet article montre que l’adhésion et l’action politiques sont aussi le produit d’un engagement avec les objets électoraux qui mobilise les corps. Prenant appui sur une ethnographie fine des élections de 2015 dans l’archipel tanzanien de Zanzibar, il associe une biographie des affiches électorales – se focalisant tout particulièrement sur la vie sociale d’une affiche de l’opposition – et une approche praxéologique des usages des affiches dans l’espace public. Affichage et enlèvement mais aussi appropriation, recomposition et singularisation des affiches éclairent la production ordinaire des subjectivités politiques. Une telle approche offre un nouvel angle d’attaque pour étudier les cultures politiques et la mobilisation partisane.

Dans l’archipel de Zanzibar, le 21 octobre 2015, à quatre jours seulement des élections générales, une nouvelle affiche électorale apparaît, placardée dans toute la capitale. Elle est éditée par le Civic United Front (CUF, Front civique uni), le parti d’opposition qui, depuis la réintroduction du multipartisme en 1995, défie l’hégémonie électorale du parti au pouvoir et ancien parti unique, le Chama Cha Mapinduzi (CCM, Parti de la révolution)¹. Le CUF croit en l’alternance en raison des transformations importantes dans les imaginaires politiques depuis 2010, mais aussi du fait des progrès dans ses stratégies électorales. Pour mieux assurer sa victoire, l’opposition a mis en œuvre une communication politique agressive qui, à la fin de la campagne, s’est incarnée dans l’affiche du 21 octobre, photomontage juxtaposant la photographie du candidat du CUF à la présidentielle, Seif Sharif Hamad, à celle du premier président de Zanzibar, Abeid Amani Karume.

En tant qu’outil de mobilisation politique, les affiches électorales visent, comme les posters publicitaires, à « séduire, exhorter, vendre, éduquer, convaincre, attirer² ». Elles doivent leur « efficacité agressive », pour reprendre l’expression de Susan Sontag, à la prédominance du visuel sur le textuel et à la permanence de leur présence, placardées sur les murs des jours, voire des mois durant. Elles la doivent aussi à leur caractère « inéluctable » car l’image « se fait remarquer même par le passant pressé ou réfractaire à la politique³ » en entrant dans le champ visuel de celui qui, badaud flâneur ou citoyen attentif, est toujours un regardeur. Des éléments iconographiques frappants visent à capter le regard du passant mais aussi à « triompher des contre-attractions opérées par les autres posters⁴ ». Mais l’effet produit par les affiches électorales ne résulte pas uniquement du pouvoir évocateur et de l’efficacité mobilisatrice des images et des slogans qui les composent, c’est-à-dire du pouvoir de la représentation. Plutôt que de se limiter à une approche sémiologique des affiches – appréhendées comme des systèmes de signes – qui est classique dans de nombreux travaux sur la communication électorale⁵, cet article vise à rendre compte des affiches électorales

1. Sur les ressorts de l’hégémonie électorale du CCM en 2015, voir M.-A. Fouéré et C. Maingraud-Martinaud, « Une hégémonie compétitive contre vents et marées : les élections générales de 2015 en Tanzanie et à Zanzibar », *Politique africaine*, n° 140, 2015, p. 145-163.

2. S. Sontag, « Posters: Advertisement, Art, Political Artifact, Commodity », in D. Stermer, *The Art of Revolution: 96 Posters from Cuba*, New York, McGraw-Hill, 1970.

3. L. Cheles, « L’image au pouvoir : les portraits de Berlusconi », *Vingtième siècle*, vol. 80, n° 4, 2003, p. 113.

4. H. F. Hutchinson, *The Poster: An Illustrated History from 1860*, Londres, Viking Press, 1968.

5. Dans les approches sémiotico-sociologiques, les affiches électorales sont généralement saisies, du point de vue du regardeur, par le voir (déchiffrement), non par le faire (manipulation). Voir N. Ramognino, « Les affiches politiques et leur économie symbolique », *Ethnologie française*, vol. 24, n° 2, 1994, p. 254-261.

comme matériaux et comme expérience.

Deux axes seront suivis et entrecroisés. Tout d'abord, l'article prendra appui sur les approches biographiques des objets et sur leur « vie sociale ». Suivant les questionnements proposés par Igor Kopytoff⁶, on se demandera d'où viennent les affiches et qui les a fabriquées ; quelle est leur trajectoire réelle, leur carrière idéale, les drames qui les affectent, leur viabilité ; comment l'usage des affiches change avec leur âge ; et ce qu'il advient d'elles quand elles ont atteint la limite de leur efficacité. L'affiche du 21 octobre est placée au centre de ce suivi biographique des affiches électorales parce qu'« une biographie culturelle ne se dessine avec quelque clarté qu'à l'article de choses singulières plutôt qu'à l'article de catégories de choses⁷ ». Sa gestation, sa naissance et sa trajectoire – de ses premiers pas publics jusqu'à sa mise à mort – seront retracées au cours d'une vie sociale fulgurante de seulement quatre jours. Si l'efficacité de cette affiche ne peut s'appréhender hors du développement d'une imagerie politique contestataire renouvelée depuis 2010, à savoir un univers de représentations politiques qui unissent la modernité politique au passé révolutionnaire, comme on le montrera, elle le doit aussi à sa biographie mouvementée.

Par ailleurs, il s'agit de développer une approche praxéologique⁸ et non uniquement discursive pour montrer que le soutien, l'adhésion et l'action politique sont aussi le produit d'un engagement avec les objets électoraux qui mobilise les corps, les gestes, les déplacements. Lors d'échéances électorales, l'espace physique est envahi d'objets qui sont certes des signes d'autorité et de légitimité politique, mais qui sont aussi des matériaux qui se manipulent, se donnent, s'échangent ou s'escamotent et se dérobent. Certains ont une présence publique, étant visibles et accessibles à tous, tandis que d'autres sont attribués et circulent dans des réseaux restreints ou de façon clandestine. L'engagement, corporel et en même temps émotionnel, avec ces objets est un vecteur de subjectivation, pour reprendre les analyses praxéologiques, en ce sens qu'il permet à un individu ou à un groupe de se poser en sujet de volonté et d'action dans une relation de pouvoir par définition asymétrique. Les affiches électorales, intentionnellement construites pour influencer sur le vote, n'agissent donc pas seulement parce qu'elles sont exposées, regardées et interprétées, mais aussi parce qu'elles sont maniées, c'est-à-dire collées et décollées, placardées et arrachées, travesties ou recomposées par des individus qui y engagent leur rapport au politique. Cet engagement avec les matériaux est indissociable des paroles qui sont associées aux gestes : celles-ci adjoignent un sens aux gestes effectués – parfois similaire, parfois contradictoire – mais peuvent aussi impulser les gestes, comme nous le verrons avec l'affiche du 21 octobre.

Une telle approche est complémentaire d'une sociologie électorale soucieuse d'opérer « la mise en articulation de l'acte de vote et des élections avec la culture politique⁹ » et des études sur les mouvements sociaux attachées à faire de l'image un matériau heuristique pour la mobilisation et la contestation¹⁰. Elle nécessite une ethnographie fine qui se traduit dans cet article par des descriptions détaillées des affiches, des actions dont elles sont l'objet, et des ensembles iconographiques et discursifs, aussi bien que des dynamiques politiques dans lesquels elles prennent place. Les techniques de l'enquête de terrain, par observation

6. I. Kopytoff, « The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process », in A. Appadurai (dir.), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge, Cambridge University Press, 1986, p. 66.

7. J. Roitman et J.-P. Warnier, « La politique de la valeur : une introduction », *Journal des africanistes*, vol. 76, n° 1, 2006, p. 208.

8. J.-P. Warnier, « Introduction : pour une praxéologie de la subjectivité politique », in J.-F. Bayart et J.-P. Warnier (dir.), *Matière à politique : le pouvoir, les corps et les choses*, Paris, Karthala, 2004, p. 7-31.

9. R. Otayek, « Les élections en Afrique sont-elles un objet scientifique pertinent ? », *Politique africaine*, n° 69, 1998, p. 6.

10. A. Dézé, « Pour une iconographie de la contestation », *Cultures & conflits*, vol. 3, n° 92-93, 2013, p. 13-29.

participante et entretiens qualitatifs, ne permettent pas de mesurer, chiffres à l'appui, l'influence des affiches sur la mobilisation et le vote. Elles nous plongent moins dans le pouvoir des images que dans le déroulement d'une guerre des images avec ses combattants, ses armes, ses attaques et ses parades. Cette guerre des images a été une guerre de subjectivation qui, du côté de l'opposition, a contribué au renforcement des subjectivités politiques de la contestation et de la désobéissance, mais aussi des représentations d'une figure du citoyen conforme à l'imaginaire international de la démocratie électorale.

Fabriquer une affiche qui frappe

Pour comprendre comment naît une affiche électorale et dans quels ensembles ou quelles filiations iconographiques elle prend place, il convient d'étudier les processus politiques, les stratégies partisans, les contributions individuelles. L'usage initial de l'affiche du 21 octobre dans l'espace public a aussi nécessité tout un ensemble de cadrages pour en façonner la lecture sachant que l'opposition a toujours eu des positionnements équivoques vis-à-vis d'une Révolution placée au cœur du registre symbolique de l'hégémonie politique du régime en place à Zanzibar.

Marcher dans les pas de Karume : un virage à 180 degrés

Pendant la campagne électorale de 2015, les premières affiches du CUF sont de facture classique. Comme à chaque élection depuis 1995, couvrant les murs de la ville ou ornant arbres et poteaux, elles présentent la photographie d'un candidat appelant à voter pour lui, avec ce slogan en swahili : « La souveraineté, c'est la prospérité pour tous ». Elles suivent un agencement interne similaire aux affiches du CCM qui, elles, affirment que « L'union, c'est la victoire ». Mais l'affiche du 21 octobre rompt soudainement cette uniformité iconographique qui a saturé une partie du mobilier urbain. Il s'agit d'un photomontage qui juxtapose les photographies de deux hommes politiques. L'une, récente et en couleur, située sur la moitié gauche de l'affiche, représente Seif Sharif Hamad, candidat historique du CUF à la présidentielle. L'autre, qui occupe la partie droite de l'affiche, est une photographie en noir et blanc d'Abeid Amani Karume, président de Zanzibar de 1964 à 1972, année de son assassinat. Dans ces portraits en buste, les deux hommes se tiennent de trois quarts et sont vêtus d'un costume-cravate porté sur une chemise blanche. Alors qu'Hamad, visage paisible et fin sourire aux lèvres, fixe son regard sur l'objectif, donc sur celui qui le contemple, Karume est tourné vers Hamad et porte le regard au loin. Au-dessus des deux portraits, une cartouche jaune titre en majuscules : « 25 octobre, jour de décision ». Juste en dessous, on peut lire « Zanzibar 2015 » inscrit dans une étroite cartouche rouge. Au bas de l'affiche, une large cartouche rouge lance cette injonction : « Va voter afin d'écrire l'histoire ». Elle supporte une fine cartouche bleue qui indique : « Je porterai les chaussures de *Mzee*¹¹ Karume » (figure 1). Les couleurs dominantes de l'affiche reprennent la trichromie du parti : rouge, bleu ciel et blanc. Le jaune prédomine aussi, une couleur utilisée dans le logo du CUF.

Comparée aux autres affiches électorales du CUF, l'affiche du 21 octobre a pour objectif d'asseoir la légitimité des revendications de l'opposition à gouverner en construisant une filiation historique entre Hamad et Karume. Ce mode de convocation d'une figure qui incarne le passé révolutionnaire de l'archipel est, de prime abord, surprenant. La Révolution de 1964 a toujours été placée au cœur du registre symbolique de l'hégémonie politique du CCM à Zanzibar, et non du CUF. L'opposition n'a longtemps évoqué la Révolution que pour décrier

11. En swahili, *Mzee* signifie, le vieux, le sage, le vénérable.

la faillite des élites au pouvoir. La figure de Karume elle-même lui a servi de repoussoir. En effet, après la révolution survenue le 11 janvier 1964, qui renverse la monarchie constitutionnelle mise en place un mois plus tôt¹², les huit années sous la férule de Karume, homme « charismatique » mais « impitoyable¹³ », sont marquées par l'autoritarisme. La Révolution est construite comme le mythe d'une nouvelle nation africaine noire débarrassée du pouvoir d'« Arabes » étrangers, dans un archipel où l'élite gouvernante était, depuis des décennies, en grande partie issue de familles aux origines omanaises¹⁴. Dès son entrée dans la compétition électorale, le CUF est dépeint par ses détracteurs pro-CCM comme le parti des « Arabes », c'est-à-dire l'héritier du gouvernement renversé. Hamad, de son côté, voit en Karume un « dictateur » et un « raciste » qui a fait régner une « discipline de la peur » dans l'archipel¹⁵. Comment, dans ce contexte, comprendre qu'en 2015 le CUF édite une affiche où il se réclame héritier de Karume et de l'esprit de la Révolution ?

Gestation, naissance et premiers pas

L'affiche du 21 octobre est l'aboutissement – sans qu'elle en soit un accomplissement déterminé et prévisible – de l'investissement grandissant de la figure de Karume par l'opposition depuis 2010. En cinq ans, différents événements politiques¹⁶ ont laissé penser que Zanzibar pourrait s'acheminer vers une plus grande autonomie vis-à-vis de la Tanzanie continentale¹⁷, voire une souveraineté pleine. Lors de débats houleux sur l'adoption d'un système de partage du pouvoir, le CUF a mobilisé avec force la figure de Karume comme incarnation d'un nationalisme zanzibarite que le parti déclare aujourd'hui représenter. Cet usage rhétorique s'est renforcé d'un arsenal iconographique qui a pris la forme d'affiches placardées. Il est apparu au moment où un mouvement de mobilisation autonomiste issu de l'islam réformiste¹⁸ a pris le devant de la scène politique. « Dispositif de sensibilisation à la cause¹⁹ », il a associé des photographies de Karume à des slogans autonomistes, tels « Réclamer la souveraineté de Zanzibar est un objectif de la Révolution de 1964 » ou « Les révolutionnaires de l'ASP²⁰ ont fait la révolution pour que nous, Zanzibarites, nous autogouvernions » (figure 2).

L'équipe en charge de la communication du CUF a intentionnellement misé sur ce déplacement par petites touches de la place de Karume dans les imaginaires politiques. Le but était de rassembler les Zanzibarites pour faire comprendre qu'il convient d'« avancer tous ensemble », selon un des responsables²¹. La stratégie sous-jacente était claire : « La Révolution, Karume, c'est aussi pour attirer les électeurs qui n'osaient pas voter pour le

12. Voir notamment A. Clayton, *The Zanzibar Revolution and its Aftermath*, Londres, C. Hurst & Company, 1981.

13. G. T. Burgess, *Race, Revolution and the Struggle for Human Rights in Zanzibar: The Memoirs of Ali Sultan Issa and Seif Sharif Hamad*, Athens, Ohio University Press, 2009.

14. Zanzibar passe sous la tutelle de l'imamat d'Oman à la fin du XVII^e siècle, est fait capitale de l'imamat en 1840, puis devient sultanat indépendant en 1856 avant d'être placé sous protectorat britannique en 1890.

15. Burgess, *Race, Revolution...*, *op. cit.*, p. 203, 205, 209.

¹⁶ Notamment la mise en place d'un système de partage du pouvoir sous la houlette d'un dit gouvernement d'unité nationale, suite aux élections générales de 2010, et l'engagement de la République unie de Tanzanie dans une réforme de la constitution de 1977.

17. Zanzibar jouit uniquement d'un statut de semi-autonomie au sein de la République unie de Tanzanie. L'archipel possède son propre gouvernement et sa chambre des représentants responsables des affaires internes.

18. R. Loimeier, « Zanzibar's Geography of Evil: The Moral Discourse of the Anṣār al-sunna in Contemporary Zanzibar », *Journal of Islamic Studies*, vol. 31, 2011, p. 4-28.

19. C. Traïni C. (dir.), *Émotions... Mobilisation !*, Paris, Presses de Sciences Po, 2009.

20. L'Afro-Shirazi Party (ASP) est le nom du parti qui a pris le pouvoir à la révolution.

21. Entretien du 10 octobre 2016 (ma traduction). Tous les informateurs sont anonymisés.

CUF²² », c'est-à-dire les sympathisants du CCM déçus par les promesses non tenues du régime. Différents photomontages ont été testés et discutés collégalement au sein de l'équipe avant que soit trouvée cette photographie en noir et blanc de Karume, de bonne résolution, qui, par sa posture, présente le premier président comme un « visionnaire » et un « homme qui voit loin », tout comme Hamad²³. Des conseillers étrangers sont même intervenus dans les choix iconographiques. En effet, pour sa campagne, le CUF a fait appel à un cabinet spécialisé en intelligence politique et économique basé à Washington D. C., Calabar Consulting. Ce cabinet a guidé Hamad dans ses choix vestimentaires pour ses portraits imprimés. Dans l'affiche du 21 octobre, on voit Hamad vêtu d'un costume-cravate, alors qu'il préfère porter sa tenue à col mao – l'austère costume kaki des leaders de l'indépendance – ou sa tunique blanche de musulman et son *kofia* (toque brodée), avec lesquels il dit « se sentir lui-même²⁴ ». Ce costume-cravate fait écho à celui que porte Karume juste à côté. Les signes de la modernité politique qui a caractérisé le régime de Karume ont donc été maniés avec habileté, et les marqueurs de l'arabité présumée de Hamad effacés. Le détournement de la figure de Karume par la captation d'un élément central de la palette symbolique du régime en place – la Révolution – ouvre sur l'avenir, au lieu de rejouer les oppositions culturelles et raciales qui clivent les Zanzibarites. Selon le responsable d'un bureau du CUF, la révolution que propose le parti et qui se donne à voir dans l'affiche, « ce n'est pas la révolution par les armes, mais la révolution démocratique et économique²⁵ ».

Selon plusieurs leaders du CUF, l'affiche a eu plus de succès auprès des sympathisants du CUF qu'ils n'avaient même espéré. Mais différents procédés ont été utilisés par le CUF pour déjouer toute erreur de déchiffrement de l'affiche par rapport au sens que ses concepteurs y avaient mis, notamment par le biais de cadrages discursifs lors de meetings politiques. Ainsi, le 22 octobre, lors du meeting de clôture du CUF, avec en arrière-fond deux affiches du 21 octobre imprimées en très grand format, Mansour Yusuf Himid – un pilier du CCM et fils d'un révolutionnaire proche de Karume qui avait fait défection vers le CUF peu avant les élections de 2015 – intervient pour mêler héritage révolutionnaire et élan souverainiste, du jamais vu à Zanzibar : « Je vois le Zanzibar dont les pères fondateurs de la Révolution ont rêvé, un Zanzibar bon pour tous, un Zanzibar où chacun serait reconnu en raison de sa zanzibarité, pas de sa couleur, pas de sa religion, pas de ses préférences politiques ». Il donne un sens nouveau à la révolution : « La Révolution ! La Révolution ! Voici ce que veut dire la Révolution ! Ce sont des institutions souveraines, et l'égalité dans notre pays », avant de scander « *Mapinduzi* » (Révolution) maintes fois pour clore son discours, fidèle au slogan du CCM²⁶. L'affiche du 21 octobre est donc à la fois placardée par le CUF sur son podium de campagne, mais aussi interprétée dans des paroles qui fonctionnent comme des techniques de cadrage du sens de cette affiche tel qu'il a été projeté. Lors de ce même meeting, Hamad prend la parole le dernier pour s'affirmer comme le fils symbolique d'un Karume devenant l'incarnation d'une souveraineté insulaire désirée : « Je porterai les chaussures de *Mzee* Karume. [...] Je fais miennes les promesses de *Mzee* Karume afin de les réaliser complètement et construire le Zanzibar que nous voulons²⁷ ». « Écrire l'histoire » par son vote, ou « porter les chaussures de Karume », ce n'est donc pas rejouer l'histoire révolutionnaire, mais finir d'accomplir ce qui ne l'a pas été et mieux faire advenir un « nouveau Zanzibar ».

22. Conversation du 30 avril 2016 (ma traduction).

23. Entretien du 20 octobre 2016 (ma traduction).

24. Selon un représentant de Calabar Consulting, conversation du 23 septembre 2015.

25. Entretien du 10 octobre 2016.

26. Observations et enregistrement, 22 octobre 2015 (ma traduction).

27. *Ibid.*

L'art du bricolage ordinaire

Ouvrons l'analyse à l'ensemble des affiches électorales du CUF. L'efficacité pratique de ces affiches ne peut s'appréhender sans examiner les transactions auxquelles elles donnent lieu mais aussi les usages ordinaires dont elles sont l'objet. Parmi ces usages, on trouve des pratiques d'embellissement ou de singularisation qui portent sur les affiches en tant qu'images et en tant qu'objets : elles en transforment le sens et le statut au fur et à mesure que progresse le processus électoral, allant de la campagne à la célébration de la victoire – quand elle a lieu – en passant par l'élection. Ces resignifications des affiches sont des modes ordinaires d'action et d'expression politique qui sont le produit de dispositions partisans déjà établies mais qui contribuent aussi au renforcement ou au déplacement de celles-ci.

Marchandise ou objet à soi

Les approches portant sur la vie sociale des choses centrent tout particulièrement leur attention sur la marchandisation, c'est-à-dire le processus de production de la valeur des choses au travers des échanges auxquels celles-ci donnent lieu. L'affiche est moins sujette à être un bien politique clientélaire en temps électoral que les autres matériaux électoraux qui circulent pendant les élections et combinent valeur symbolique et valeur d'usage : pagnes, T-shirts, chapeaux ou sacs à main tout faits, produits en série et à l'identique, ont, pendant la campagne de 2015, circulé à profusion. Contrairement aux campagnes précédentes, le CUF est parvenu à rivaliser avec le CCM au plan de la quantité d'objets électoraux mis à disposition, alors que les moyens financiers du CCM sont sans commune mesure en raison de l'imbrication de l'État et du parti. Mais, alors que le CCM fait de ses objets de campagne des biens transactionnels gratuitement distribués en retour d'un appui électoral, le CUF doit vendre ses matériaux électoraux pour rentrer dans ses frais et dégager des bénéficiaires. Les objets de la campagne présidentielle et législative ont été produits en Chine et importés par containers à Zanzibar *via* le port de Mombasa au Kenya. Trop nombreux pour être tous écoulés, et des containers étant arrivés après les élections, certains objets électoraux sont toujours stockés dans les entrepôts du CUF – notamment les T-shirts qui avaient été créés pour célébrer une consécration dont le parti a été dépossédée, portant un mot unique : « Victoire²⁸ ». Les matériaux de campagne aux échelons locaux ont été fabriqués localement par des designers qui ont avancé les frais de fabrication et accepté de se faire rembourser sur les marges des ventes²⁹. Certains objets ont même été produits de leur propre initiative par des entreprises locales dont le patron est un partisan du CUF³⁰. Ces objets-marchandises monétarisés se déclinent selon le genre – pagnes ou robes pour les femmes et T-shirts pour les hommes –, mais ciblent aussi les petits budgets : tout un ensemble d'objets vendus à une somme modique, comme des pin's ou des badges, permettent aux plus démunis d'accéder aux signes du parti. Mais les objets se donnent aussi ou se prêtent entre supporters, entrant dans une nouvelle sphère d'échanges, celle des rapports sociaux ordinaires du don et des obligations réciproques. Les affiches échappent toutefois à ces sphères de transactions : gratuites et jamais vendues, elles sont rarement prêtées ou offertes en cadeau car disponibles dans les bureaux du CUF et distribuées par les agents du CUF.

28. Entretien du 10 octobre 2016. Les élections d'octobre ont été invalidées puis reconduites trois mois plus tard, le 20 mars 2016. Elles ont alors donné gagnant le candidat du CCM à la présidentielle, Ali Mohamed Shein, avec 91,4 % des voix, en raison du *boycott* de ces nouvelles élections par le CUF.

29. *Ibid.*

30. Entretien du 20 octobre 2016.

Qu'ils soient achetés, donnés ou prêtés, les objets électoraux sont portés et exhibés en public comme expression d'une allégeance partisane. Cette allégeance peut refléter des rapports très différents au parti, entre ostentation calculée et loyauté pérenne. Beaucoup de ces objets peuvent être entièrement transformés et personnalisés, notamment lorsqu'il s'agit des tissus qui sont mis à coudre pour composer des robes, des vestes ou des pantalons. L'affiche, moins malléable que le tissu, ne permet pas aussi aisément de telles personnalisations, ce qui semble en faire un bien de moindre usage, donc de moindre valeur, pour afficher une allégeance personnalisée. Pourtant, découpée et collée, elle peut être placardée sur un panneau en bois ou se tenir directement à la main, en entier ou par fragments sélectionnés. Elle peut aussi être épinglée sur soi ou collée sur des objets à soi – surtout chez ceux qui accèdent difficilement aux objets monétarisés –, entrant ainsi dans l'intimité corporelle et émotionnelle de ceux qui en disposent³¹. Les affiches personnalisent et politisent tout à la fois les maisons ou les coins de rue, devenant signes affichés de distinction et d'ostentation militante collective. Mais il est notable que ces ensembles d'objets affichés et visibles sont aussi soigneusement conservés dans les placards des maisons, pour n'être sortis que lors des événements politiques, tels des « objets de culte », selon un membre haut placé au sein du CUF³². Ce ne sont pas que les murs extérieurs des maisons qui peuvent s'orner d'affiches, mais aussi l'intérieur des salons, la politique entrant ainsi dans l'intimité domestique.

Domestiquer les affiches

Chez les partisans du CUF, les pratiques ordinaires de bricolage des affiches ne datent pas de 2015 et ont été observées lors des élections de 2010. Après l'annonce des résultats, qui avaient déclaré le CCM vainqueur³³ mais validaient aussi l'entrée du CUF dans le gouvernement en raison du système de partage du pouvoir adopté quelques mois plus tôt, des fêtes de rue nocturnes s'étaient organisées spontanément dans Stone Town, acquise au CUF. Le soir du 8 novembre 2010, à deux pas du « salon urbain³⁴ » de Jaws Corner – un espace ouvert connu pour rassembler des sympathisants de l'opposition –, la petite place de Kwa Mzee Mpemba était décorée de guirlandes colorées composées d'affiches électorales du CUF, en versions petit format alignées sur des cordes, et associées à des pagnes et à des fanions. Un panneau en carton original avait été suspendu en hauteur. Il portait le visage de Hamad – devenu premier vice-président – découpé dans l'affiche électorale officielle et encerclé d'une guirlande lumineuse rouge en forme de cœur où ressortait le slogan de la campagne, « *rais makini* » (« un président consciencieux »). Collés près du visage d'Hamad, on pouvait voir deux petits portraits de Ismail Ladhu Jussa, le bras droit de Hamad qui, en 2010, avait candidaté pour représenter Stone Town à la chambre des représentants. Les dessins des deux îles de Zanzibar avaient aussi été apposés, Unguja à gauche et Pemba à droite, signes d'un sentiment national insulaire déjà pleinement exacerbé (figure 3).

Cette création, telle un fétiche, laisse entrevoir la personnalisation du pouvoir, même le culte de la personnalité rendu à Hamad, candidat historique du CUF qui, en 2010, en était déjà à sa quatrième candidature. Mais elle révèle aussi des déplacements – physiques et symboliques – qui sont producteurs d'un changement de statut de l'affiche. Les festivités s'étaient déroulées toute la nuit près de cette icône, les spectateurs encerclant des danseurs qui alternaient les

31. Voir l'analyse du pagne événementiel porté par les femmes au Cameroun. M.-E. Pommerolle et N. Machikou Ngaméni, « Fabrics of Loyalty: The Politics of International Women's Day Wax Print Cloth in Cameroun », *Africa*, vol. 85, n° 4, 2015, p. 656-676.

32. Entretien du 20 octobre 2016.

33. En 2010, Shein emporte la présidence avec 50,1 % des voix contre 49,1 % pour Hamad.

34. M. Chauvin, « Jaws' Corner, salon urbain, palpitations insulaires », in N. Bernardie-Tahir (dir.), *L'autre Zanzibar : géographie d'une contre-insularité*, Paris, Ades-Dymset/Geolab/Karthala, 2008, p. 63-67.

prouesses au son des tambours. Ainsi sélectivement appropriée et reconfigurée, détournée de sa fonction et de ses usages habituels pour être intégrée à des pratiques de célébration, l’affiche électorale s’affranchit de sa temporalité initiale et des objectifs qu’elle visait. Conçue comme un matériel de campagne, elle est faite objet post-électoral. Outil sériel de mobilisation politique partisane, elle devient un objet d’expressivité politique populaire qui est singularisé – elle est faite pièce unique, inégalable et inéchangeable, donc démarchandisée. Destinée à des usages publics, elle est intégrée à des pratiques confidentielles, ayant été privatisée dans un espace clos et dans un temps déterminé par un groupe restreint d’individus. Enfin, arme de compétition électorale, l’affiche est domestiquée pour devenir festive dans le cadre de réjouissances qui entremêlent politique, corps et affects.

Des affiches bavardes

Les partisans du CUF ont renoué, en 2015, avec ces micro-pratiques de bricolage inventif des images qui en changent le sens et le statut³⁵. Dans Stone Town, non loin du port, une série d’affiches électorales recomposées par des collages surimposés est apparue pendant la campagne. Il s’agissait des affiches de trois fameux candidats de l’opposition : Hamad encore une fois, mais aussi Jussa et Ally Saleh³⁶. Sur ces affiches standards de la campagne de 2015, avaient été collés des fragments d’affiches anciennes (figure 4). Ils avaient été prélevés sur deux affiches sorties en juillet 2010 lors de la campagne pour le oui dans le cadre du référendum sur le partage du pouvoir. La première de ces deux affiches de 2010 portait les couleurs du CUF et du CCM car ces deux partis s’étaient engagés ensemble dans la campagne pour le oui (figure 5). Trois éléments ont été repris : les deux îles de l’archipel, en vert ; la marque à apposer dans la case à cocher pour le oui, en rouge ; et le mot « oui » (*ndio*). La deuxième affiche de 2010 dont il a été fait usage était sortie à quelques jours seulement du référendum (figure 6). Conçue par le CCM uniquement, elle visait alors à neutraliser les dissensions internes au parti qui pouvaient détourner les voix des électeurs, sachant que les purs et durs du parti menaient une campagne active pour le « non ». Cette affiche portait les photographies de sept politiciens de renom au sein du CCM, où dominait le portrait du président alors en fonction, Amani Karume³⁷. C’est le visage de ce dernier qui, découpé, a été apposé sur les affiches de 2015 ici décrites. Karume fils incarne en effet le processus de rapprochement entre le CUF et le CCM qui a rendu possible l’adoption d’un système de partage du pouvoir. Longtemps ennemi de l’opposition, car il était un pilier intransigeant du parti au pouvoir, Amani Karume est aujourd’hui loué pour avoir permis au CUF d’entrer au gouvernement.

En quelques découpages et collages bien pensés qui entremêlent des matériaux relevant de temporalités différentes, l’affiche customisée montre comment des moments politiques du passé récent sont rétrospectivement réappropriés et construits comme des éléments causaux d’un champ des possibles qui apparaît aux élections de 2015 et combine en un raccourci visuel deux espérances : une transition partisane et l’accès à une plus grande autonomie, voire à la souveraineté. Elle construit donc, par l’image, deux moments politiques – le référendum de 2010 et les élections de 2015 – comme des événements, c’est-à-dire des temps socialement significatifs ; mais elle produit aussi une continuité événementielle qui les englobe tous deux dans un même geste politique. S’il n’a pas été possible d’observer ni d’identifier ces faiseurs

35. Le terrain mené en 2015 permet de témoigner de recompositions picturales pendant la campagne électorale, non de créations festives post-électorales similaires à celles de 2010 puisque les élections ont été invalidées.

36. Ally Saleh était candidat au parlement pour la circonscription de Malindi, dont Stone Town fait partie.

37. Voir M.-A. Fouéré, « Chronique des élections de 2010 à Zanzibar », *Politique africaine*, n° 121, 2011, p. 127-145.

d'affiches relookées – limitant donc les interprétations qu'il aurait été possible de faire à partir d'une enquête sur les intentions ou les pratiques en train de se faire –, leur présence dans un espace restreint de la ville laisse penser que celles-ci ne sont pas le produit d'une opération coordonnée par le CUF, mais bien l'initiative d'un individu ou d'un petit groupe. Elles ne documentent donc pas les stratégies de communication d'un parti, mais offrent une fenêtre sur les modes ordinaires d'intelligibilité de la vie politique qui sont ici, en même temps, des modes ordinaires d'action politique en ce qu'ils combinent cadrage sémantique et effort d'emprise iconographique de l'espace pendant le temps de la campagne.

L'affichage comme expérience politique

À côté de ces micro-bricolages confidentiels et interprétatifs des affiches électorales qui révèlent des modes ordinaires de saisissement du politique, combinant intelligibilité et expressivité, la pratique de l'affichage elle-même permet d'entrer dans la fabrique des dispositions partisans. L'efficacité agressive de l'image placardée, par son emprise massive et invasive sur l'espace public, a surtout été, à Zanzibar, le résultat d'une guerre visuelle à grande échelle qui a mobilisé les deux principaux partis en compétition. L'affichage avait certes le vote en ligne de mire, mais il participe, plus largement, aux déplacements des imaginaires de la communauté politique insulaire et de la citoyenneté électorale.

Guerre des images et corps en action

Le CCM est entré le premier dans la bataille électorale, commençant à apposer ses affiches avant même l'ouverture officielle de la campagne, en date du 22 septembre. Les affiches des partis en compétition saturent rapidement un espace urbain qui porte encore les traces visibles, bien qu'abîmées, délavées ou à moitié arrachées, de la campagne électorale de 2010, formant un palimpseste électoral contraire aux lois en vigueur³⁸. Placardées sur les murs de la ville et les portes des maisons, sur les poteaux électriques et les arbres, ces affiches sont aussi faites mouvantes, ornant les portières des voitures ou, en petites versions autocollantes, les scooters et autres deux roues, qui accompagnent le cortège des partis lors de leurs déplacements. L'emprise visuelle des affiches est renforcée, lors des meetings politiques, par une grande variété d'objets de campagne qui, tous ensemble, composent une compétition des couleurs opposant la trichromie du CUF à la bichromie, jaune et verte, du CCM. Cette guerre des images n'était pas simplement la métaphore d'une lutte politique qui, dans l'histoire électorale zanzibarite récente, a souvent été menée dans la violence verbale et physique. L'affichage a été, du côté du CUF, une pratique de production et de renforcement de l'engagement partisan par la mobilisation des corps dans l'agir politique.

En effet, dans ce choc des matériaux électoraux, les affiches ont été utilisées non pas simplement comme des supports de représentations politiques à déchiffrer, mais pour leur visibilité, leur permanence et leur capacité à l'envahissement iconographique du paysage urbain, en raison de leur taille et de leur localisation. Affichages et enlèvements ont été conçus comme des pratiques non seulement de symbolisation d'une hégémonie politique déjà là, ou imaginée telle, mais aussi d'imposition de cette hégémonie. Grâce à des moyens humains et financiers solides dus à la collusion entre l'État et le parti, le CCM a non seulement pris le contrôle d'une grande partie du mobilier urbain par ses affiches aux tailles

38. Voir le *Guidelines for Political Parties Code of Ethics for 2015 Election, Zanzibar* (Zanzibar Electoral Commission, mai 2015) qui impose d'« éliminer toutes les publicités et les images des candidats ayant trait aux élections dans un délai de 14 jours après l'annonce des résultats électoraux » (p. 6).

diverses, allant du petit format mural collé à la main aux grands formats exposés sur des panneaux publicitaires, mais il a aussi procédé à des enlèvements et des destructions sauvages des affiches du parti adverse, pour mieux « triompher des contre-attractions³⁹ » dans un contexte d'hégémonie politique fragilisée. Des témoignages répétés attestent que des militants du CCM, aidés des forces de l'ordre, organisaient des sorties nocturnes véhiculées pour arracher sauvagement les affiches du CUF et, à l'occasion, passer à tabac les colleurs d'affiches de l'opposition. Le CUF, pourtant dans son bon droit⁴⁰, n'a pas porté plainte mais stoïquement tenté de contrer le marquage de l'espace public par le CCM en maintenant ses opérations d'affichage, de jour comme de nuit.

L'affichage n'est donc pas qu'un travail sur les images et sur l'espace : il fait de la politique une lutte entre des corps militants qui cherchent à s'éviter mais ne craignent pas non plus les coups. Chez les partisans du CUF, toutefois, l'affront et le défi qui passent par l'affichage, dans le cadre de rapports asymétriques de pouvoir avec un CCM secondé par des forces de l'ordre armées, n'empêchent pas crainte et prudence. Ainsi, lors du décompte des votes, un groupe de voisins d'un quartier très passant de Stone Town, qui y tiennent des boutiques ou des commerces de rue, avait non seulement placardé des affiches du CUF sur les murs externes de leurs maisons mais aussi monté ces affiches en guirlandes suspendues de part en part de la rue. Affairés en fin de journée à leur bricolage d'affiches, au vu et su de tous, ces partisans exhibaient sans détour leurs affiliations partisans mais craignaient pourtant des représailles, refusant – car ils ne me connaissaient pas – que je prenne des photos des affiches et demandant aux femmes aussi impliquées de se cacher. De façon similaire, à deux jours des élections, les quatre adolescents courbés sur des affiches d'Hamad que j'accompagne dans une rue déserte de Stone Town aux alentours de minuit chuchotent pour se faire discrets, lampe torche à la main, mais sont remplis d'entrain pour expliquer qu'ils aiment ces opérations d'affichage nocturne : « Nous n'avons pas de fusils mais nos affiches seront là ! », disent-ils. L'affichage nocturne renforce l'engagement partisan en mobilisant les corps et les gestes dans une atmosphère de secret et de confidentialité, mais aussi de danger lié aux contre-opérations d'enlèvement du CCM depuis l'entrée dans la campagne électorale.

Résister et désobéir à Kisonge

Une vignette ethnographique des usages politiques de Kisonge, un rond-point emblématique de la vie politique zanzibarite, est heuristique pour illustrer les rapports étroits entre l'affichage électoral et la production des dispositions partisans lors des élections de 2015. Kisonge est situé au cœur du quartier de Michenzani, un ensemble de barres d'immeubles construit après la Révolution à la périphérie proche de Stone Town sur le modèle des grands ensembles d'habitation collective est-allemands. Il incarne la politique de logement adoptée sous Karume, « pièce maîtresse d'un programme visant à faire de Zanzibar une société et une ville socialiste⁴¹ » ancrée dans la modernité. Deux *maskani*⁴² s'y font face. L'un est le principal *maskani* du CCM à Zanzibar, situé dans une baraque en dur. L'autre, appelé Commonwealth, est celui du CUF, un espace en plein air avec quelques bancs en bois et une télévision. Chaque lieu exhibe classiquement les couleurs de son parti. À chaque campagne électorale, ces *maskani* sont investis de multiples manières par les partisans et les sympathisants : on y discute, en fin de journée, les dernières nouvelles politiques ; on y

39. H. F. Hutchinson, *The Poster...*, *op. cit.*

40. Il est interdit de « défigurer les images des candidats, de détruire les affiches des candidats ou tout autre support utilisé par les candidats des partis politiques ». *Guidelines...*, *op. cit.*, p. 6.

41. G. A. Myers, « Making the Socialist City of Zanzibar », *Geographical Review*, vol. 84, n° 4, 1994, p. 463.

42. Lieux de rassemblement des militants et des sympathisants d'un parti politique.

distribue les matériaux électoraux ; on y organise le départ des véhicules pour les meetings organisés hors de la ville ; on y défile aux couleurs du parti pour célébrer la victoire.

En 2015, Kisonge est une fois encore un espace intensément disputé dans le rapport de force iconographique qui a opposé le CCM et le CUF. Non seulement chaque *maskani* est décoré des affiches électorales et des fanions de son parti, mais le rond-point public central est l'objet d'une lutte pour l'envahissement. Régulièrement, les sympathisants du CUF viennent y placer des affiches qui, la nuit, sont décrochées par le CCM, armes à la main. Le 10 octobre, à quinze jours du vote, des hommes s'affairent. L'un d'entre eux, Abdallah, se tient en équilibre sur les derniers barreaux d'une grande échelle fermement tenue par ses compagnons. Il est en train de fixer à un poteau électrique une corde qui, telle une guirlande, porte une multitude de petites affiches électorales du CUF. Les affichages et les accrochages dans ce lieu ne sont pas autorisés, selon Abdallah qui, revu au lendemain du scrutin, s'avère aussi être un observateur électoral local pour un syndicat professionnel qu'il préside. Lorsque je demande s'ils ont l'autorisation d'installer ces affiches, les hommes rassemblés répondent d'une même voix que l'affichage à Kisonge n'est pas autorisé. Ils s'empressent d'ajouter que l'enlèvement de leurs affiches par le CCM, partout en ville, ne l'est pas non plus. L'affichage fait donc partie, pour ses militants actifs du CUF, piliers du *maskani* de Commonwealth, de ces actes militants qu'ils entreprennent, échelle, ficelle et colle en main, pour inscrire la contestation dans l'espace public mais qui génèrent chez eux un rapport au politique où priment désobéissance et défi. Leur action en plein jour, à visage découvert, les rend potentiellement vulnérables à des contre-attaques, de sorte que l'affichage est aussi une pratique d'indocilité frondeuse qui emprunte autant à la rivalité ludique qu'à la joute guerrière.

De la vertu civique en démocratie

Chez les partisans du CUF, indocilité, défi et résistance visent, dans un même mouvement, l'État et le parti au pouvoir. Pour les poseurs d'affiches de Kisonge, la collusion de l'État et du CCM est une évidence du quotidien, mais elle transparait avec clarté en période électorale, comme ils le rappellent, par le fait que la violation de la législation électorale par le CCM, lorsque ses supporteurs défigurent, arrachent ou détruisent les affiches du CUF, reste impunie. Elle se manifeste encore plus dans la militarisation des actions du CCM, qu'il s'agisse des actions de destruction des affiches du CUF ou des opérations de protection du propre matériel du parti. Ainsi, à partir du 20 octobre, soit cinq jours avant le scrutin, des forces de l'ordre armées avaient été postées pour garder la Tour de la Révolution, un monument bâti à Kisonge, à quelques mètres du *maskani* du CCM, pour les commémorations du cinquantième de la Révolution. Les gardes se devaient d'empêcher les partisans du CUF d'y placarder leurs affiches – un acte de provocation que ces derniers auraient pu vouloir faire, défiant ainsi à la fois le régime, le parti et le symbole politique que constitue la Révolution. Les colleurs d'affiches de Kisonge opposent toutefois un discours moral face à ces présomptions d'attaques et de provocation en mettant en avant, en entretien, la capacité du parti et de ses militants à se comporter, pendant la campagne, conformément au droit en vigueur. L'affrontement par les images était donc un affrontement sur la signification – et encore plus sur la mise en pratique – de la vertu civique en temps électoral.

Enfin, pour le CUF, cette guerre des images n'impliquait pas uniquement deux acteurs – eux-mêmes et le CCM –, mais également une troisième partie, la communauté internationale. Abdallah, le poseur d'affiche de Kisonge, a répété avec insistance que les opérations d'affichage du CUF étaient publiques et diurnes, à l'opposé des opérations nocturnes du CCM, signe patent, selon lui, de leur illégitimité. Cette opposition diurne-nocturne, juxtaposée à légitime-illégitime, s'est greffée à l'affirmation selon laquelle la communauté internationale avait les yeux braqués sur les élections, par le biais de ses observateurs déployés à Zanzibar,

et ne devait pas se laisser duper par le monopole de l'espace urbain par un pouvoir qui avance masqué, caché dans la nuit et derrière ses fusils. D'autres entretiens avec des partisans du CUF ont corroboré la position d'Abdallah selon laquelle l'investissement dans la guerre des images, une affirmation de défi envers le CCM, s'adressait aussi à la communauté internationale. Il engageait la visibilité du parti, la légitimité de ses revendications, la légalité de ses pratiques de campagne, mettant donc en avant une conception de l'engagement partisan et de la citoyenneté électorale conforme aux standards de la démocratie électorale libérale.

Vie et mort d'une affiche

Revenons, pour finir, à l'affiche du 21 octobre et à la fin de sa trajectoire biographique, qui a symboliquement mis un terme à la guerre des images électorales. En effet, dans ce combat iconographique, l'affiche juxtaposant Hamad et Karume a été particulièrement la cible de destructions physiques. Mais le pouvoir de cette image – et la violence qu'elle a déchaînée – est indissociable des paroles qui lui ont été associées.

Mort à l'affiche du 21 octobre !

Une chronologie des apparitions de cette affiche et de ses appropriations discursives révèle l'entremêlement permanent des mots et des images. Apparue pour la première fois en petits formats placardés sur les murs de la ville, l'affiche resurgit le lendemain, le 22 octobre, en deux grands formats qui décorent la toile de fond de la vaste scène du meeting de clôture du CUF, à la lisière de Stone Town. L'affiche apparaît sous une nouvelle forme le 23 octobre en fin de journée. Cinq grands panneaux publicitaires situés à des carrefours majeurs de la ville présentent aux passants la filiation visuelle entre Hamad et Karume. Mais le lendemain matin, 24 octobre, tous ces panneaux ont été détériorés. Sur certains, seule la partie gauche de l'affiche, portant la photographie de Hamad, a été déchirée, laissant intacte celle de Karume en noir et blanc. D'autres affiches ont été entièrement arrachées (figure 7).

On ne peut comprendre ces attaques ciblées, dans la nuit du 23 au 24 octobre, si l'on ne revient pas sur le meeting de clôture du CCM qui s'est tenu le 23 octobre et qui a donné lieu à un déchaînement d'insultes et de provocations. Depuis l'entrée dans la campagne, les deux partis ne s'étaient pas faits de cadeaux. Chaque meeting était l'occasion de répliquer par le sarcasme, la moquerie ou la diffamation aux propos tenus par le parti adverse. Mais le 23 octobre, cette joute interposée se saisit spécifiquement de l'affiche et des déclarations faites la veille par Mansour et Hamad sur l'accomplissement des promesses révolutionnaires. L'assaut véhément vise directement Mansour, doublement considéré comme un traître en raison de sa défection du parti et des liens d'alliance entre la famille Himid et la famille Karume, Mansour et Amani ayant épousé leurs sœurs respectives. La veuve de Karume, Fatma Karume, qui est donc aussi la belle-mère de Mansour, prend la parole ce jour-là pour accabler son gendre : « Si Mansour veut des voix, pourquoi il n'utilise pas l'image de son père puisque son père était aussi un des révolutionnaires ? Il n'avait qu'à mettre Yusuf Himid⁴³ et Seif [sur l'affiche] ! Il a commis une faute grave (*dhambi*) en l'utilisant [Karume] [...] mais les gens de l'Afro-Shirazi vont agir car ils ne sont pas d'accord avec cela, ils n'ont pas apprécié cette manière d'humilier leur saint leader, c'est tout⁴⁴ ».

Cette attaque rappelle une nouvelle fois que le CCM se considère comme le seul héritier

43. Le père de Mansour Himid, Yusuf Himid, était un ami très proche de Karume, placé à la tête des forces armées postées à Zanzibar.

44. Observation et enregistrement, 23 octobre 2015 (ma traduction).

légitime de la figure de Karume et du mythe révolutionnaire, usant de la terminologie des premiers temps post-révolutionnaires (Afro-Shirazi, saint leader) pour mieux réactiver les oppositions partisans. Mais, surtout, elle révèle que l’affiche dérange, provoque, ulcère les militants du CCM. Comme le rappelle un politicien haut placé au sein du CUF, « cette affiche ne pouvait que piquer le CCM à vif » parce que le CUF s’est approprié ce sur quoi le CCM a toujours capitalisé, Karume⁴⁵. Les propos injurieux tenus par le CCM visent à liquider l’affiche du 21 octobre, c’est-à-dire à la dévaluer aux yeux des électeurs dans l’objectif de contrer son efficacité électorale. Peu de doute plane donc sur les auteurs de ses enlèvements sauvages dans la nuit qui a suivi le meeting de clôture du CCM, second temps de la destruction de l’affiche, non plus par les mots mais par les actes. Ces destructions surprennent d’autant moins que les propos des politiciens du CCM sont redoublés, le 24 octobre, sur le tableau noir du *maskani* du CCM de Kisonge, support habituel de messages haineux envers l’opposition, par l’interpellation suivante : « *Mzee* Abeid Amani Karume est ASP et toi tu es *Hizbu*, comment pourras-tu marcher dans ses pas ? Tu vas perdre ». La provocation s’adresse à Hamad et use du terme de *Hizbu*⁴⁶ qui, dans l’idiome politique du CCM, est diffamant et xénophobe. Elle déclare, de façon masquée mais sans duper quiconque, que la destruction de l’affiche est un acte d’affirmation d’hégémonie sur les usages du passé révolutionnaire, chasse gardée du CCM.

Résilience et résurrection

On le voit, l’affiche du 21 octobre a indéniablement été un acteur à part entière de la campagne. Initiée pour influencer le vote, elle a permis d’appuyer des paroles et des actions qui ont transformé la teneur du débat politique, mais qui ont affecté en retour l’affiche en tentant d’attaquer sa viabilité et de provoquer sa chute. La « carrière idéale⁴⁷ » de l’affiche, pour reprendre les termes de Kopytoff, c’est-à-dire celle projetée par ses concepteurs de rassembler les Zanzibarites, sans distinction partisane, autour d’une victoire électorale du CUF, a donc été infléchie par les drames qui ont affecté sa trajectoire réelle. Le suivi de cette trajectoire mouvementée montre qu’images, paroles, écrits et actes se répondent en permanence autour d’un même objet, de sorte que la viabilité de cette affiche et les limites de son efficacité ne peuvent être saisies sans tenir compte des intermédiations verbales dont elle a été l’objet – de la part du CUF autant que du CCM – autant que de ses manipulations matérielles à différents temps de son parcours. L’image livre son sens dans les discours et les actes qui l’objectivent en la disant ou en faisant quelque chose avec elle. C’est en raison de tels mécanismes d’objectivation par les discours et les actes que l’affiche du 21 octobre a été un facteur de glissement dans les représentations de la nation.

L’affiche du 21 octobre entre mal, toutefois, dans les catégories actuellement en usage dans les réflexions sur l’iconographie contestataire⁴⁸. « Iconographie révolutionnaire » ? Elle en a les atours mais sans tradition historique puisqu’elle est éditée par un parti politique qui a longtemps refusé toute filiation avec la Révolution de 1964. « Iconographie rebelle » ? Elle vise certes à s’opposer au pouvoir en place et à provoquer le changement, mais elle le fait par la captation du registre symbolique hégémonique. L’article a mis de côté la question, aujourd’hui prégnante dans les études sur la contestation par l’image, de l’usage des médias sociaux pour se focaliser sur les technologies ordinaires des ciseaux, de la colle, du nœud, de

45. Entretien du 20 octobre 2016.

46. Le *Hizbu* est le nom d’un mouvement nationaliste du milieu des années 1950 utilisé dans le langage politique du CCM pour renvoyer à une ascendance arabe.

47. Kopytoff, « The Cultural Biography... », art. cité, p. 66.

48. Voir notamment le numéro spécial « Iconographies rebelles : sociologie des formes graphiques de contestation » de *Cultures & conflits*, n° 91-92, 2013.

l'échelle et du fusil, encore les plus répandues à Zanzibar. Le caractère artisanal de l'inventivité iconographique sur le terrain reflète certes la faiblesse des usages populaires du numérique, mais met surtout en lumière combien la politique est une affaire à la fois publique et domestique, ostensible et intime. L'affiche du 21 octobre, elle, paraît entamer une seconde vie. Dans le quartier de Mtendeni, où se trouve le siège du CUF, des affiches encore neuves ont, un an tout juste après les élections, été ressorties et placardées dans un *maskani* local, rappelant que les limites de leur efficacité, du point de vue des sympathisants du CUF, sont encore loin d'avoir été atteintes.

Marie-Aude Fouéré
EHESS, Imaf

Abstract

The political efficacy of electoral posters does not merely result from the power of the image. This article shows that political support and action also arise from engaging with electoral materials in ways that mobilize the body. Drawing upon a fine-grained ethnography of the 2015 elections in the Tanzanian archipelago of Zanzibar, it combines a biography of electoral posters – more particularly by focusing on the social life of a poster of the opposition – and a praxeological approach of posters' uses in the public space. Putting up and removing posters as well as appropriating, recomposing, and singularising them shed light on the ordinary production of political subjectivities. This approach offers new ways to study political cultures and party mobilisation.