

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication**

Le langage satirique féministe comme stratégie de communication : le cas des Guerrilla Girls

Autrice : Clémence Geraci
Promotrice : Sophie Del Fa
Année académique 2025-2026
Master [120] en communication, à finalité spécialisée : culture et
communication

Remerciements

Trouver la voie professionnelle que j'allais suivre n'a pas été chose aisée dans mon cas et je n'ose imaginer à quoi aurait ressemblé ce parcours si je n'avais pas été si bien entourée et soutenue durant ces cinq années universitaires, tant enrichissantes que stressantes. Il me paraît donc naturel de remercier toutes les personnes qui ont non seulement permis la réalisation de ce mémoire, mais aussi toutes celles et ceux qui ont su m'accompagner au quotidien dans mon accomplissement personnel.

Premièrement, j'aimerais exprimer ma profonde gratitude à ma promotrice, Madame Del Fa, sans qui ce projet n'aurait tout simplement pas abouti. L'intérêt qu'elle a montré pour mon travail, ses conseils et ses encouragements m'ont donné la possibilité d'avancer malgré les nombreux doutes qui me traversaient. Si l'université exige de ses étudiants un certain degré d'autonomie, il n'en reste pas moins agréable d'être encadrée par des enseignants bienveillants et rassurants, qui sont eux-mêmes passés par cette épreuve herculéenne. Alors merci à vous d'avoir su trouver les mots quand de mon côté la page restait vierge.

Ensuite, je souhaiterais témoigner ma reconnaissance à toutes ces personnes qui ont traversé cette aventure du mémoire à mes côtés. Cette période s'est révélée être particulièrement éprouvante mais ensemble, nous y sommes arrivés. Merci et félicitations à mes amis Lucile, Timoté et Eline qui ont supporté mes sautes d'humeur et su me remotiver alors qu'ils étaient déjà passés par cette épreuve. Je voudrais aussi remercier Emma et Marine sans qui je n'aurais pas trouvé le courage de m'y mettre. Nos réunions mémoire hebdomadaires et nos appels interminables m'ont fait me sentir moins seule.

À ma sœur Maxine, merci de t'être inquiétée de ta petite sœur et de t'être assurée qu'elle ne devienne pas complètement folle. Tu as été mon plus grand soutien moral. Et même si de ton côté, ton mémoire a été validé il y a plus de cinq ans, tu t'es montrée très compréhensive. Ta présence et tes conseils m'ont rassurée à de nombreuses reprises.

Comme il est de coutume de réserver le meilleur pour la fin, une pensée toute particulière va à ma maman qui, malgré sa fatigue, a pris de son temps libre pour passer ce travail au peigne fin afin d'en corriger les fautes d'orthographe et de me donner un point de vue extérieur. J'espère que tu as trouvé ces dizaines de pages un minimum intéressantes.

Table des matières

1. Introduction	1
2. Revue de littérature.....	4
2.1. Comprendre l'artivisme.....	4
2.1.1. L'artivisme : à la croisée de l'art et du militantisme	4
2.1.2. Une pratique aux multiples visages.....	5
2.1.3. L'artivisme comme levier de transformation sociale.....	6
2.2. La satire comme langage militant féministe	7
2.2.1. Définir la satire : concepts et mécanismes	8
2.2.2. La satire, une forme de dénonciation sociale et politique	9
2.2.3. Risques et limites du rire militant	10
2.2.4. La vulgarisation du discours par la satire.....	13
2.2.5. Satire et engagement : le pouvoir fédérateur de l'humour	14
2.3. L'activisme féministe à l'ère du numérique.....	15
2.3.1. S'approprier l'espace numérique : opportunités et pratiques militantes	15
2.3.2. Les revers de la visibilité numérique : violence et intimidation.....	17
2.4. Problématisation.....	17
3. Présentation du cas d'étude : les Guerilla Girls	19
3.1. Origines et création du collectif	19
3.2. Le masque et le rire : stratégies d'une communication militante	21
3.3. Les Guerrilla Girls comme modèle artiviste féministe : apports et limites	22
4. Approche théorique.....	24
4.1. Les affiches comme objets de communication et production de sens	24
4.2. La construction d'un langage multimodal	25
4.3. L'analyse du discours comme complément de la sémiotique sociale	27
5. Méthodologie.....	29
5.1. Positionnement	29
5.2. Constitution du corpus.....	30
5.2.1. Collecte de la base documentaire	30
5.2.2. Critères de sélection	32
5.2.3. Présentation du corpus principal	33
5.2.4. Données complémentaires.....	35

5.3.	Construction de la grille d'analyse	37
5.4.	Déroulement de l'analyse	38
5.5.	Limites	39
6.	Analyse du langage satirique féministe des Guerilla Girls	41
6.1.	Le détournement comme fondement du langage satirique	41
6.1.1.	Le détournement de genres communicationnels	41
6.1.2.	Le détournement du langage institutionnel	43
6.1.3.	Le détournement des références culturelles	44
6.2.	L'articulation entre humour et démonstration	45
6.2.1.	Les statistiques comme ressort satirique	46
6.2.2.	La satire appuyée sur des faits vérifiables	49
6.3.	Une critique féministe accessible au plus grand nombre	50
6.3.1.	S'appuyer sur des références culturelles familières	51
6.3.2.	Simplifier des concepts complexes par le jeu de mots	52
6.3.3.	Favoriser l'identification par l'adaptation du langage au public	53
7.	Discussion	55
7.1.	Les principaux mécanismes du langage satirique féministe des Guerrilla Girls	55
7.1.1.	Un langage fondé sur le détournement des codes communicationnels et culturels	55
7.1.2.	Un langage qui articule humour et démonstration	56
7.1.3.	Le langage satirique au service de la médiation des enjeux féministes	57
7.2.	Limites et nuances	60
7.2.1.	Les limites du procédé satirique	60
7.2.2.	Les limites propres aux Guerrilla Girls	61
7.2.3.	Les limites de cette recherche	62
8.	Conclusion	63
9.	Bibliographie	66
10.	Annexes	72

1. Introduction

Peut-on dénoncer l'injustice par le rire ? Aujourd'hui encore, l'humour reste fréquemment associé à la culture populaire. Souvent perçu comme un art mineur et dissocié des sphères intellectuelles, il est jugé léger, futile et peu apte à porter un discours politique sérieux (Holm, 2023). Pourtant, le concevoir de cette manière revient à méconnaître sa capacité à constituer une véritable arme politique.

L'utilisation du rire comme vecteur de messages politiques trouve un écho particulier dans le contexte actuel, lequel est marqué par une remise en question croissante des droits des femmes à l'échelle mondiale. En Afghanistan, les talibans privent les femmes et les filles de presque tous leurs droits fondamentaux : il leur est interdit d'accéder à l'éducation après douze ans, de travailler, de se déplacer sans un tuteur masculin. En outre, les mariages forcés, notamment de mineures, ne cessent de se multiplier dans le pays (Amnesty International Belgique, 2026). Certaines militantes des droits humains qualifient cette situation d'« apartheid du genre » (Amnesty International Belgique, 2026). Les États-Unis ne font pas exception : en 2022, la Cour suprême supprime le droit fédéral à l'avortement. La décision *Dobbs v. Jackson* laisse ensuite à chaque État la liberté de légiférer en la matière (Legal Information Institute, 2022). En mars 2026, cette tendance s'est affirmée de façon inquiétante à l'échelle internationale. Lors de la 70^{ème} session de la Commission de la condition de la femme de l'ONU, ses conclusions finales ont, pour la première fois en près de quatre-vingts ans d'existence, été adoptées par un vote plutôt que par consensus. Sous la pression de l'administration américaine qui refusait de signer un texte faisant référence à la santé reproductive et à l'égalité de genre, aucun accord dépourvu d'opposition formelle n'a pu être trouvé (Frilet, 2026). Ces quelques exemples, aux contextes pourtant très différents, témoignent tous du même phénomène : la régression internationale des droits des femmes.

Face à ce retour en arrière, les mouvements féministes ont constamment renouvelé leurs modes de communication et de contestation. Chaque génération a développé ses propres stratégies militantes (Dagorn, 2011) : une manifestait dans la rue, une autre investissait les réseaux sociaux ou les murs des musées (Pavard, 2018). Certains collectifs ont alors fait le choix de répondre par le rire et la satire, comme les Guerrilla Girls, un groupe féministe fondé en 1985 à New York. Ce collectif, créé en réaction à la quasi-absence des femmes et des artistes de couleur dans une grande exposition du Museum of Modern Art, utilise la satire comme

principale arme de contestation. Affublées de masques de gorilles et désignées par des pseudonymes empruntés à de grandes artistes disparues, elles sillonnent les rues de New York la nuit pour placarder leurs affiches militantes. Elles investissent ensuite les médias et les institutions culturelles afin de dénoncer les inégalités systémiques qui affectent le monde de l'art. Leur approche est radicalement originale : plutôt que de revendiquer frontalement leurs droits, elles choisissent de tourner en ridicule les mécanismes d'exclusion qu'elles dénoncent, transformant la colère féministe en un langage satirique percutant et accessible. Si les Guerrilla Girls sont actives depuis plus de quarante ans, leur démarche demeure résolument actuelle. Le contexte décrit précédemment montre que les injustices qu'elles dénoncent depuis 1985 sont loin d'avoir disparu et qu'elles se sont même intensifiées dans certains pays. C'est justement parce que leur lutte reste nécessaire aujourd'hui que ce collectif constitue un objet d'étude pertinent.

Depuis leur création, les Guerrilla Girls ont été beaucoup étudiées dans la sphère scientifique. Les travaux à leur sujet portent principalement sur les aspects politiques, artistiques, féministes et sociaux. En revanche, la dimension communicationnelle du groupe a été beaucoup moins explorée, c'est-à-dire, la manière dont elles construisent concrètement leur langage, au-delà du sujet de leur message. Si les procédés abordés dans cet écrit sont fréquemment analysés, ils sont, à ma connaissance, le plus souvent développés de manière isolée plutôt qu'en interaction. C'est à partir de ce constat que ce mémoire a pour objectif de s'intéresser non seulement aux mécanismes que ces activistes mettent en place, mais également à l'articulation de ces dispositifs. Cette interrogation se manifeste donc à travers la question suivante : « Comment les Guerrilla Girls s'approprient-elles le langage satirique féministe ? ».

Pour répondre à cette question, ce travail s'organise en plusieurs parties. Il s'ouvre sur une revue de littérature qui pose les cadres scientifiques nécessaires à l'analyse, en abordant successivement l'artivisme, la satire comme langage militant féministe et l'activisme féministe à l'ère du numérique. Cette revue de littérature est suivie d'une présentation approfondie du cas d'étude, les Guerrilla Girls, laquelle retrace leur histoire, leur identité et leurs stratégies de communication. Ensuite, le cadre théorique mobilisé est explicité, en s'appuyant notamment sur la sémiotique sociale et l'analyse du discours. Le travail se poursuit avec la présentation du dispositif méthodologique, qui décrit le corpus étudié et les méthodes d'analyse employées. Le décryptage du langage satirique féministe est ensuite organisé autour de trois axes : le détournement comme fondement de leur communication, l'articulation entre humour et démonstration et la construction d'une critique accessible. En outre, une discussion vient mettre

en perspective les résultats obtenus au regard de la littérature existante et identifier les limites de ma démarche. Enfin, une conclusion synthétise les principales découvertes de ce mémoire et propose des pistes pour de futures recherches.

2. Revue de littérature

2.1. Comprendre l'artivisme

Les formes d'activisme féministe et numérique trouvent un prolongement naturel dans une pratique qui occupe une place croissante dans les études culturelles et militantes contemporaines : l'artivisme. Né de la contraction des mots « art » et « activisme », ce concept désigne un mode d'action qui ne sépare pas la création artistique de l'engagement politique, mais les fait converger vers un même objectif de transformation sociale. Pour mieux comprendre en quoi les Guerrilla Girls s'inscrivent dans cette logique, il convient d'abord d'en explorer les contours, les formes et les finalités.

2.1.1. L'artivisme : à la croisée de l'art et du militantisme

L'artivisme désigne une pratique qui brouille délibérément les frontières entre expression artistique et engagement militant. Aladro-Vico et al. (2018) le définissent comme un langage hybride qui émerge lorsque la création artistique déborde des musées et des académies pour investir les espaces sociaux. Sa force ne réside pas dans sa dimension esthétique, mais dans sa capacité à mettre en lumière les injustices et les inégalités. Okwir (2025) prolonge cette conception en soulignant que l'artivisme représente un ensemble de pratiques militantes qui utilisent l'art comme outil d'intervention sociale directe, tout en précisant qu'il peut recouvrir une gamme très diversifiée de pratiques et de résultats, tant sur le plan historique que géographique.

Une distinction fondamentale émerge néanmoins entre l'artivisme et l'art politique ou critique. Comme le rappelle Okwir (2025), l'artivisme se distingue par sa visée transformative : là où l'art politique se contente de proposer une réflexion critique sur des problématiques sociales, l'artivisme cherche à provoquer un changement concret en s'y attaquant directement. Cette orientation vers l'action plutôt que vers la contemplation constitue l'une de ses caractéristiques les plus fondamentales.

Cette tension entre création et militantisme soulève par ailleurs une question identitaire que plusieurs auteurs ont relevée. Mandolini (2022) souligne la difficulté de ranger les artistes dans une seule catégorie. Ces derniers créent des œuvres tout en étant engagés dans des actions militantes, ce qui rend parfois difficile de les qualifier uniquement d'« artistes » ou d'« activistes ». Okwir (2025) rejoint cette lecture en notant que cette contamination entre les deux rôles rend souvent impossible l'attribution d'un rôle fixe aux participants et aux créateurs, qui circulent entre différents secteurs sans correspondre aux catégories habituelles.

Bien que le terme « artivisme » soit relativement récent, plusieurs auteurs rappellent que les liens entre création artistique et engagement politique s'inscrivent dans une histoire plus ancienne. Aladro-Vico et al. (2018) ancrent ainsi l'artivisme contemporain dans l'héritage des avant-gardes historiques, du dadaïsme au surréalisme, en passant par les mouvements de contre-culture comme les situationnistes. Dans la même perspective, Mandolini (2022) rappelle que l'art a toujours réagi aux grands bouleversements sociaux et politiques. Il souligne que l'art activiste tel qu'on le connaît aujourd'hui s'est développé au XX^e siècle avec des mouvements comme Dada, qui mobilisait l'absurde et la provocation pour critiquer le pouvoir, ou encore le constructivisme russe, qui concevait l'art comme un outil au service du politique.

2.1.2. Une pratique aux multiples visages

Si les auteurs s'accordent sur les caractéristiques fondamentales de l'artivisme, ils apportent des éclairages complémentaires sur les formes et les espaces qu'il emprunte. Mandolini (2022) montre que l'artivisme s'exprime à travers une grande variété de médiums et d'espaces : des fresques murales dans la rue aux performances publiques, en passant par des projets collectifs. Ces actions combinent une dimension esthétique, visuelle et créative, avec une dimension politique qui dénonce des injustices et défend des causes. L'artivisme sort ainsi des musées pour investir les rues, les médias ou les festivals, ce qui lui permet de toucher une audience bien plus large.

Aladro-Vico et al. (2018) confirment cet ancrage dans l'espace physique en montrant que l'artivisme intervient notamment dans les non-lieux urbains, ces zones de transition et espaces dégradés qui retrouvent une voix citoyenne grâce à lui. Ils introduisent à ce sujet le concept de

resémantisation, qui désigne le fait de transformer des objets et des espaces du quotidien en supports de réflexion. L'artiste utilise ainsi le corps et l'espace pour interrompre le flux habituel de la vie urbaine et provoquer une prise de conscience chez le spectateur. Christopher (2024) vient compléter cette vision en montrant que l'artivisme ne se limite pas à l'espace physique et peut également investir des espaces numériques. Ces derniers constituent de véritables hétérotopies de résistance, c'est-à-dire des espaces alternatifs permettant à des communautés marginalisées de construire une visibilité en dehors des circuits culturels traditionnels.

Christopher (2024) propose par ailleurs une distinction utile entre deux modes principaux d'artivisme. Le premier est l'artivisme individuel ou autobiographique, qui part de l'expérience personnelle de l'artiste pour rendre visibles des subjectivités marginalisées. Le second est l'engagement collectif ou l'art public, qui utilise des espaces partagés pour créer des dialogues et remettre en question les rapports de pouvoir entre groupes. Cette distinction enrichit la compréhension de l'artivisme, car elle montre que ses finalités peuvent varier selon qu'il cherche à transformer les consciences individuelles ou à agir directement sur le collectif. Cette nuance n'est pas explicitée par Aladro-Vico et al. (2018), dont l'approche est davantage centrée sur les pratiques concrètes.

2.1.3. L'artivisme comme levier de transformation sociale

C'est sur la question de l'impact et de la finalité de l'artivisme que les auteurs apportent les éclairages les plus riches. Aladro-Vico et al. (2018) mettent l'accent sur la fonction éducative de l'artivisme, qu'ils envisagent comme un outil capable d'autonomiser le citoyen actif. Selon eux, ce courant remplit quatre fonctions essentielles : il intègre l'individu dans la construction collective de la réalité en l'éloignant des positions passives, il lui donne les outils pour s'exprimer et devenir émetteur de messages plutôt que simple récepteur, il valorise la diversité et la collaboration comme éthique sociale, et il favorise la construction de contextes collectifs qui ancrent la réflexion dans l'action directe.

Christopher (2024) partage cette vision transformative mais déplace l'accent vers la dimension mémorielle et identitaire. S'appuyant sur Fischer-Lichte (2018), il montre que le

potentiel transformatif de l'artivisme s'exerce à travers quatre domaines : les pratiques artistiques elles-mêmes, la conception que les artistes ont d'eux-mêmes, la perception des spectateurs, et les contextes socio-culturels plus larges. Il souligne également que ce mouvement mobilise la capacité de l'art à relier passé et présent, opérant ainsi une transformation qui dépasse la simple prise de conscience pour toucher à la mémoire collective et à l'empathie. En mobilisant le cadre de Bourdieu, Christopher (2024) ajoute que les activistes agissent comme des intermédiaires culturels qui accumulent un capital symbolique pour rendre visibles des récits jusqu'alors exclus des espaces de reconnaissance culturelle traditionnels.

Okwir (2025) vient enrichir cette perspective en insistant sur le rôle de l'artivisme dans l'amplification de la voix des personnes marginalisées et oubliées, ainsi que dans la formulation d'une critique collective des structures de pouvoir dominantes. Mandolini (2022) confirme cette lecture en soulignant que cette démarche vise également à promouvoir des villes plus collaboratives et inclusives. Cette affirmation rejoint la conclusion d'Aladro-Vico et al. (2018) selon laquelle l'artivisme transforme la ville et l'espace public en lieux d'action et de responsabilité sociale partagée.

Une nuance importante apparaît toutefois sur la question de la durabilité de cet impact. Aladro-Vico et al. (2018) reconnaissent le caractère éphémère de l'artivisme mais insistent sur sa capacité à ancrer durablement de nouvelles façons de percevoir et d'agir dans le monde. Christopher (2024) partage ce constat tout en tempérant l'enthousiasme : les transformations provoquées par l'artivisme sont souvent passagères et reposent sur des réponses émotionnelles, même si elles portent le potentiel de remettre en question des idéologies bien établies et d'influencer les consciences sur le long terme.

2.2. La satire comme langage militant féministe

Après avoir présenté les principales caractéristiques de l'artivisme, il convient désormais de s'intéresser à l'un des procédés discursifs susceptibles d'être mobilisés dans le cadre des pratiques artistiques engagées : la satire. La littérature qui lui est consacrée permet notamment d'en préciser les mécanismes, les fonctions ainsi que les limites.

2.2.1. Définir la satire : concepts et mécanismes

Le champ lexical de l'humour englobe de nombreux termes qui, à première vue, peuvent sembler similaires, mais qui désignent en réalité des concepts bien distincts. Saint-Martin et Gibeau (2013) offrent une définition précise de trois notions singulières : l'ironie, la parodie, et la satire. Selon elles, l'ironie se manifeste par une évaluation presque toujours péjorative, de la part d'une instance énonciative. La parodie, elle, reprend les conventions strictement littéraires utilisées dans les essais ou autres écrits. La satire, terme qui nous intéresse ici, vise principalement à critiquer les travers moraux et sociétaux. En ce sens, Richard (2018) rejoint les deux chercheuses en la définissant comme suit : « La satire met en avant les dérives, les travers d'une société ou d'une personne » (p. 3). L'autrice ajoute qu'elle se traduit par une forme d'indignation, incitant la personne qui en fait usage à dénoncer certaines injustices, via des attaques ciblées.

Au-delà de ces définitions, la satire constitue une pratique discursive complexe dont le fonctionnement mérite d'être examiné plus en détail. Skalicky (2019) montre que son efficacité repose sur un équilibre délicat entre plusieurs éléments. S'appuyant sur les travaux de Simpson (2003), il souligne que la satire implique trois acteurs distincts : un auteur satirique, une cible satirique et un public qui doit être capable de reconnaître l'intention critique. Cette reconnaissance déclenche souvent, mais pas systématiquement, une réponse humoristique. Le contexte joue à cet égard un rôle déterminant : Skalicky (2019) rappelle, en s'appuyant sur Boukes et al. (2015), que les personnes déjà informées sur un sujet politique comprennent plus facilement la satire qui s'y rapporte. L'auteur suggère alors que la réception de la satire est étroitement liée aux connaissances préalables du public.

Skalicky (2019) distingue par ailleurs, en référence à LaMarre et al. (2014), deux grandes formes de satire aux effets très différents sur le public. La satire horatienne est ouvertement humoristique et légère. Elle expose les travers de sa cible de manière évidente, ce qui pousse le public à prendre du recul et à examiner de manière critique le message politique sous-jacent. La satire juvénalienne, en revanche, est plus subtile, dure et mordante. Son ton moins évident rend la détection du message plus difficile et incite paradoxalement moins le public à questionner ce message de manière critique, précisément parce que la dimension satirique est moins immédiatement perceptible. Cette distinction est fondamentale pour comprendre

comment les artistes militants choisissent de faire passer leur message, car selon la forme adoptée, les effets sur le public peuvent être radicalement différents.

Skalicky (2019) précise enfin, en s'appuyant sur Pfaff et Gibbs (1997), que les lecteurs s'appuient sur des indices linguistiques spécifiques comme l'exagération ou l'usage excessif de mots pour identifier une intention satirique. Ces observations conduisent à une conclusion importante : l'humour n'est pas une condition nécessaire pour comprendre la satire, mais plutôt une conséquence fréquente de cette compréhension. On peut tout à fait saisir le message critique d'une satire sans pour autant la trouver drôle. Comme le souligne Skalicky (2019), la satire reste avant tout un acte de communication complexe qui repose sur une interaction subtile entre le texte, les connaissances du lecteur et sa capacité à lire entre les lignes et à saisir ce qui est sous-entendu.

2.2.2. La satire, une forme de dénonciation sociale et politique

La satire, telle que définie précédemment, ne reste pas cantonnée à un exercice purement littéraire ou humoristique. Elle constitue avant tout un outil de dénonciation sociale et politique que les militantes féministes ont su s'approprier. Rhyner (2015) s'est intéressée à la satire notamment dans le cas des Guerrilla Girls. Elle explique que le masque de la plaisanterie permet au groupe activiste de mettre en lumière la violence structurelle qui régit le monde de l'art, et que subissent les femmes et les minorités. En sensibilisant les masses par la satire, ces féministes nourrissent un véritable objectif, celui de dénoncer les formes de dominations systémiques et patriarcales dont regorge le milieu artistique. Leurs attaques sont effectivement bien ciblées et visent systématiquement des institutions muséales ou, directement, certains collectionneurs privés.

En mobilisant la distinction établie par Skalicky (2019), on peut observer que le discours des Guerrilla Girls oscille entre les deux formes de satire identifiées. Certaines de leurs productions, comme leurs affiches aux formulations volontairement absurdes et humoristiques, relèvent davantage de la satire horatienne : le ton léger et évident invite le public à prendre du recul et à examiner de manière critique les inégalités dénoncées. D'autres interventions, plus subtiles dans leur construction visuelle ou discursive, se rapprochent de la satire juvénalienne

dont le mordant moins immédiatement perceptible peut rendre le message plus difficile à saisir mais potentiellement plus percutant pour un public averti.

Sauzon (2013) atteste que le rire est une manière de dénoncer la domination masculine et de ridiculiser les structures patriarcales. En utilisant un ton satirique, les activistes féministes ne font pas simplement preuve de provocation. Elles transmettent une véritable intention de combattre l'autorité qui les oppresse en transgressant les codes de politesse et la passivité qui leur est si bien assignée.

Dans son article *Enjeux de pouvoir et discours satirique dans l'œuvre en prose de Jonathan Swift*, Richard (2016) développe plus particulièrement l'aspect persuasif du langage. Elle y affirme qu'un discours s'apparente à la mise en action d'un langage par un orateur qui cherche à asseoir un pouvoir, ou du moins d'exercer une influence sur son auditoire au moment de la réception. Dans cette optique, les Guerrilla Girls feraient usage du discours satirique pour avoir la possibilité d'impacter les mentalités du public et d'instaurer des changements concrets dans la sphère artistique.

2.2.3. Risques et limites du rire militant

« Le rire féministe décape, dénature et déstabilise. Il rend visibles les pratiques patriarcales et donc les rend condamnables. » (Saint-Martin et Gibeau, 2013, p.2).

L'usage de l'humour à des fins politiques, surtout dans l'activisme féministe, s'avère ne pas être sans risques par son caractère provocateur. Ces méthodes ne font généralement pas l'unanimité et engendrent beaucoup de réactions variées car elles sont perçues comme menaçantes envers les structures établies. Rhyner (2015) expose les capacités subversives de la satire. Au-delà d'apporter un simple divertissement, le discours satirique brouille les repères, il oblige le spectateur à réfléchir. Ce type de campagne vise à déstabiliser par l'absurde les institutions visées. Comme le spécifie Vanhoenacker (2022) dans son ouvrage *Aux vanes citoyens !*, l'usage de l'humour permet d'inverser les rapports de dominations et de remettre les deux côtés sur un pied d'égalité.

Malgré son efficacité subversive, le rire militant comporte des risques liés à sa réception externe. Sauzon (2013) déclare que l'humour noir aussi clivant soit-il, est un véritable levier de

critique sociale et de libération féministe. Les autorités en place peuvent donc se sentir menacées. De ce fait, Richard (2018) énonce que beaucoup d'activistes optent pour l'anonymat, étant ainsi moins susceptibles d'être victimes de censure ou au contraire de devoir s'auto-censurer pour éviter les représailles potentielles. L'autrice indique que la meilleure manière de ne pas s'attirer les foudres des institutions au pouvoir, c'est de ne pas trop en dire et de laisser planer le doute. Il est nécessaire selon elle, de garder une place aux non-dits, aux blancs et à une certaine marge d'interprétation. Néanmoins, Li et al. (2020) divulguent les dangers d'une telle marge interprétative dans leur article *A Multi-Modal Method for Satire Detection using Textual and Visual Cues*. Ils nous informent sur le manque de recul et d'esprit critique du public. D'après leurs recherches, la satire est grandement utilisée pour grossir les traits de certains faits afin qu'ils soient plus attractifs sur internet. Les lectrices et lecteurs prennent parfois pour acquis la véracité de ces informations. Le public provoque donc, intentionnellement ou non, une diffusion de fausses informations. Ces chercheurs attestent que le langage satirique est à double tranchant.

Les études de Poell et José (2015) ne s'inscrivent pas dans la même logique. Dans leur article intitulé *Social media and activist communication*, les deux auteurs évoquent l'utilité du caractère déguisé de certaines campagnes satiriques. En effet, l'utilisation de l'humour permet de formuler des critiques sociales et politiques sans s'exposer à des sanctions directes, surtout dans des contextes autoritaires où la liberté d'expression est limitée. Elrick (2016) appuie les propos de Poell et José (2015) en affirmant que les émotions associées à l'humour comme le rire ou la surprise, permettent de minimiser à première vue, la gravité des sujets abordés. Ainsi les critiques qui peuvent être abondantes quand on s'expose à un aussi large public sont limitées.

À cet égard, Richard (2016) certifie que le discours satirique reste l'objet de menaces. Ce type de discours a ses propres limites. Son pouvoir et son impact ont tendance à énormément fluctuer face à la censure qu'imposent les autorités et l'auto-censure appliquée par les auteurs et autrices. Mais il est également limité par la réception du public et l'interprétation que le destinataire en fait. Les risques de mauvaises interprétations et de surinterprétations sont alors multipliés. La chercheuse renchérit en exposant le décalage entre le message que la personne a voulu transmettre et l'interprétation des lectrices et lecteurs. Elle se questionne donc sur le total contrôle que l'émetteur aurait sur son message.

Au-delà des risques externes, le rire militant comporte aussi des limites internes aux mouvements féministes qui y recourent.

Pour retracer l'évolution du féminisme à travers le temps, les chercheuses et chercheurs ont recours à la métaphore de la « vague ». Pavard (2018) explique que cette image « évoque dans l'imaginaire politique la puissance d'un mouvement capable de balayer l'ensemble de la société pour la transformer en profondeur » (p.1). L'histoire du féminisme est ainsi généralement découpée en plusieurs « vagues », chacune correspondant à une période et à des revendications spécifiques. La première vague, qui s'étend du XIX^e siècle aux années 1930, est principalement centrée sur l'acquisition de droits civiques et politiques des femmes. La deuxième vague, qui émerge dans les années 1960, politise davantage les questions liées au corps, à la sexualité et aux rapports sociaux de sexe. La troisième vague, amorcée dans les années 1990, insiste sur la diversité des expériences féminines et développe notamment la notion d'intersectionnalité. Enfin, la quatrième vague, qui débute dans les années 2010, se caractérise par l'essor des réseaux sociaux et du militantisme numérique.

Dans ce contexte, certaines approches universalistes du féminisme tendent à homogénéiser les expériences féminines en mettant l'accent sur des luttes caractéristiques d'une partie de la deuxième vague féministe (Fagundes-Ausani, 2023). Cette perspective a été critiquée par la troisième vague, qui insiste sur le caractère non universel de l'expérience des femmes et introduit la notion d'intersectionnalité. En ce sens, cette période met en lumière l'imbrication des rapports de domination liés au genre, à la race, à la classe et à la sexualité (Fagundes-Ausani, 2023). Partant de ce postulat, un féminisme qui se veut trop général risque d'invisibiliser les vécus spécifiques des femmes marginalisées (Leng, 2020).

Ces réflexions invitent également à interroger les stratégies humoristiques elles-mêmes. L'humour, aussi subversif soit-il, n'immunise pas contre la reproduction de certaines formes de domination au sein même des collectifs qui prétendent les dénoncer. Fagundes-Ausani (2023) fait remarquer que certains collectifs féministes tendent à embrasser un « féminisme blanc et élitiste », dont les angles morts reproduisent les exclusions qu'ils combattent. L'humour, en cherchant à dénoncer ou à subvertir, peut être reçu de manière ambivalente selon les expériences sociales des publics. Ce qui fait rire certains peut blesser ou exclure d'autres, notamment lorsque les codes visuels ou langagiers mobilisés réactivent malgré eux des stéréotypes discriminatoires (Leng, 2020).

2.2.4. La vulgarisation du discours par la satire

L'une des caractéristiques majeures du discours satirique à ne pas sous-estimer, est sa faculté à démocratiser les propos parfois complexes tenus en politique. Elrick (2016) avance que la dérision joue un rôle pédagogique en vulgarisant des problématiques complexes. Cette méthode autorise donc plus de personnes, parfois désengagées par les médias d'informations traditionnels, à participer à certains débats. Vanhoenacker (2022) s'aligne à son opinion en reconnaissant qu'expliquer une réalité avec humour rend les propos plus accessibles, quels qu'ils soient. Par conséquent, elle affirme que l'emploi d'un tel ton de langage témoigne d'un rôle pédagogique indéniable, ce qui constitue, selon la journaliste, l'une des plus grandes vertus de l'humour politique. Toutefois, Leng (2016) précise que la vulgarisation qu'offre ce ton linguistique n'enlève aucunement le sérieux dont il fait preuve. Proposer un discours plus accessible est selon elle, juste une manière de rendre ce dernier moins élitiste.

Le médiactivisme féministe joue un rôle similaire dans la simplification et la diffusion des enjeux liés au genre. Comme l'indique Fagundes-Ausani (2023), les plateformes numériques investies par les mouvements féministes vont au-delà de la simple dénonciation des inégalités. Elles analysent les mécanismes en œuvre, replacent les situations dans leur contexte et mettent à disposition des publics : des faits, des statistiques et des outils de réflexion. Ce travail de contextualisation permet aux lectrices et lecteurs de mieux appréhender les questions d'égalité, de structurer leurs arguments et de s'engager activement dans les discussions et actions sur le sujet.

Comment cela s'applique-t-il au cas spécifique des Guerrilla Girls ? Rhyner (2015) constate avec ses recherches, que le collectif garde un message très accessible au public et ce, malgré le ton provocateur et déstabilisateur que nous leur connaissons bien. La décision d'employer un langage non-académique est purement volontaire. Rhyner (2015) ajoute que ce choix stratégique leur permet de toucher une audience beaucoup plus large. Richard (2018) fait écho aux théories de Rhyner (2015) en soutenant que dénoncer des travers universels de la société auxquels tout le monde peut s'identifier, rend le propos plus compréhensible et intelligible même sans grande expertise du contexte. C'est pertinemment dans la même perspective que s'inscrivent les activités des Guerrilla Girls quand elles tournent en ridicule les critères d'exclusion des femmes et des minorités dans le monde de l'art. La discrimination et l'invisibilisation, qu'elles soient d'ordre racial, sexuel ou de genre, sont des sujets particulièrement évocateurs pour de nombreux groupes marginalisés.

2.2.5. Satire et engagement : le pouvoir fédérateur de l'humour

La pédagogie offerte par le discours satirique n'est pas la seule chose qui favorise l'engagement d'une audience. Vanhoenacker (2022) définit l'humour comme un véritable « lubrifiant social ». Elle précise : « il existe plusieurs sortes de rires sur une échelle qui va de "pleurer de rire" à "rire pour ne pas pleurer" » (00 :34–00 :41). Elle insiste sur le fait que le rire met une distance avec la peur lors de périodes tendues. Nous en avons besoin pour mieux vivre les moments difficiles. Dans certaines situations, la légèreté procurée par l'humour s'impose alors comme une vraie bouée de sauvetage.

Weldon et al. (2023) montrent à travers leur étude que le sentiment d'appartenance à un groupe produit un effet comparable. Ils constatent que la sororité, chez les femmes, est perçue comme un outil de survie face à une société patriarcale qui les exclut et qui ne garantit pas le respect de leurs droits fondamentaux. Dans le féminisme, cette notion de sororité est centrale car elle aide les femmes à militer pour le changement par le biais d'actions collectives. Swank et al. (2017), nous indiquent que cette notion a été théorisée par Gurin et al. en 1980 sous le nom de *feminist consciousness*¹ : « ensemble d'idées qui mènent à des rébellions collectives fondées sur le genre » (p.3). Cette conscience aide le groupe opprimé à identifier les oppresseurs et les moyens de changement social. Cette dernière ne se construit pas uniquement dans l'espace physique des manifestations ou des actions militantes. Fagundes-Ausani (2023) montre, en effet, que les espaces numériques jouent un rôle comparable en offrant aux femmes des lieux où leurs expériences individuelles de douleur ou d'injustice sont reconnues et partagées. En transformant un vécu personnel en force politique collective, ces espaces incarnent une forme moderne de sororité qui nourrit l'engagement militant au même titre que l'humour partagé.

Au sein des initiatives des Guerrilla Girls, cette approche est manifeste : elles stimulent une réflexion critique sur le patriarcat en utilisant des messages visuels et un ton humoristique. Besson (2010) explique que l'humour apparaît comme un instrument de consolidation de la cohésion sociale et qu'il s'avère être un vecteur de mobilisation. Weldon et al. (2023) viennent enrichir ce point en affirmant qu'à travers ses actions, le groupe new-yorkais désarme les structures oppressives en fédérant les femmes à travers une expérience partagée. Le rire agit

¹ « Conscience féministe » en français (traduction libre).

alors comme un catalyseur social permettant au collectif féministe, à travers ses discours, de renforcer la complicité entre ces femmes.

Tout comme Besson (2010), Rhyner (2015) pense que le rire désamorce la résistance du spectateur face à un discours politisé. La chercheuse certifie qu'il nous est plus difficile de rejeter un message qui nous fait rire. La satire s'avère donc très utile pour créer une connivence avec le public par le biais d'une indignation partagée.

2.3. L'activisme féministe à l'ère du numérique

Le féminisme a toujours su adapter ses formes d'action aux contextes politiques et sociaux de son époque. Comme évoqué précédemment, chaque vague a développé ses propres stratégies militantes en fonction des revendications qu'elle porte et du contexte dans lequel elle s'inscrit (Dagorn, 2011). La quatrième vague ne fait pas exception à cette logique d'adaptation : elle trouve dans le numérique un terrain d'action inédit qui transforme profondément les modalités de la mobilisation féministe. Pavard (2018) rappelle d'ailleurs que cette vague est intrinsèquement liée à l'essor des réseaux sociaux, ce qui invite à examiner de plus près comment le mouvement s'est concrètement approprié ces nouveaux outils militants et quels en sont les enjeux.

2.3.1. S'approprier l'espace numérique : opportunités et pratiques militantes

L'émergence du numérique comme espace militant ne constitue pas une rupture avec les formes d'action traditionnelles mais plutôt leur prolongement et leur enrichissement. Dagorn (2011) rappelle en effet que le mouvement féministe a toujours su investir les espaces disponibles pour porter ses revendications. Le féminisme s'adapte alors à chaque époque pour trouver de nouveaux leviers d'action. Internet représente aujourd'hui un nouvel espace à conquérir, avec ses propres règles et ses propres enjeux. Fagundes-Ausani (2023) montre que les actions physiques et performatives trouvent dans Internet un relais puissant, capable de démultiplier leur impact et de créer des événements médiatisés qui dépassent les frontières géographiques. Les canaux numériques offrent ainsi aux militantes la possibilité de contourner

les médias traditionnels et de se mobiliser rapidement à grande échelle. Toutefois, Fagundes-Ausani (2023) insiste sur le fait que cet espace est loin d'être neutre : il reproduit et amplifie les rapports de pouvoir et les violences présentes dans la société. Cette tendance se manifeste notamment par l'oligopole détenu par les GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft), les bulles de filtres et la précarité financière des militantes.

Face à ces enjeux, deux pratiques militantes se sont développées pour occuper et transformer l'espace numérique. La première est le cyberféminisme, que Fagundes-Ausani (2023) définit comme l'ensemble des possibilités offertes par les technologies pour permettre à la société de se mobiliser et de se libérer des structures patriarcales. Il s'agit concrètement d'occuper l'espace numérique pour construire des communautés résistantes, capables de porter collectivement les revendications féministes (Fagundes-Ausani, 2023).

La seconde pratique est le médiactivisme, qui articule les techniques du journalisme, les outils numériques et les traditions du militantisme politique. Fagundes-Ausani (2023) précise que si cette pratique emprunte certaines méthodes au journalisme traditionnel, comme les investigations, elle en rejette néanmoins les principes fondamentaux de neutralité et d'objectivité. Son ambition est explicitement politique. Selon Fagundes-Ausani (2023), il s'agit de « rompre avec les structures consolidées de diffusion verticale et unilatérale de l'information » (Dias & Borelli, 2018, cité dans Fagundes-Ausani, 2023, p. 841). Ce mouvement donne ainsi la parole aux acteurs sociaux directement concernés par les enjeux qu'ils couvrent. Poell et José (2015) rejoignent cette lecture en montrant que les réseaux sociaux offrent aux militantes un espace pour formuler des critiques sociales et politiques sans s'exposer à des sanctions directes, notamment dans des contextes où la liberté d'expression est limitée. Loin d'être un concept monolithique, le médiactivisme recouvre des pratiques variées selon les contextes et les luttes. Fagundes-Ausani (2023) inscrit d'ailleurs le cyberféminisme et le médiactivisme dans l'évolution des troisième et quatrième vagues féministes. Selon l'autrice, la troisième voit émerger Internet comme plateforme de diffusion d'idéaux intersectionnels, tandis que la quatrième est intrinsèquement numérique et se consolide par l'usage massif des réseaux sociaux.

2.3.2. Les revers de la visibilité numérique : violence et intimidation

Si l'espace numérique offre de nouvelles opportunités militantes, la visibilité qu'il procure n'est pas sans danger. Poell et José (2015) montrent que les militantes qui s'exposent en ligne s'exposent également à des formes de violence coordonnées, orchestrées pour les intimider et les réduire au silence. Fagundes-Ausani (2023) confirme et approfondit ce constat en identifiant derrière ces agressions des groupes misogynes organisés, mais aussi des *haters*². Dès lors, l'espace numérique devient hostile aux voix féministes. Ces attaques prennent des formes variées et souvent graves, allant du dénigrement systématique aux menaces de mort ou de viol.

Les répercussions sur les militantes sont loin d'être anodines. Outre les conséquences psychologiques profondes comme la peur, la honte ou le stress intense, cette violence peut pousser certaines d'entre elles à se retirer des réseaux sociaux, voire à abandonner toute activité militante (Fagundes-Ausani, 2023). Poell et José (2015) rappellent néanmoins que le caractère parfois déguisé de certaines formes de communication militante en ligne permet de contourner en partie ces risques en limitant les critiques et les représailles tout en maintenant une présence dans l'espace numérique.

2.4. Problématisation

La revue de littérature a permis de mettre en évidence les principaux travaux consacrés à l'artivisme, à la satire, aux Guerrilla Girls et à l'activisme féministe numérique. Il convient désormais de prendre du recul sur ces différents apports afin d'identifier les principaux acquis de la littérature, mais également les limites qu'elle présente au regard de l'objet de cette recherche. Cette réflexion permettra de justifier le positionnement adopté dans ce mémoire et conduira progressivement à la formulation de la question de recherche.

Les ouvrages scientifiques retenus permettent de dégager plusieurs constats qui constituent le point de départ de cette recherche. Ils montrent notamment que l'artivisme est aujourd'hui bien défini, tant dans ses formes que dans ses finalités. La satire est reconnue comme un mode d'expression privilégié de la critique sociale et politique dont les mécanismes sont largement

² Désigne « un anglicisme largement adopté dans les communautés francophones pour désigner une personne qui critique systématiquement, dénigre ou exprime de la haine envers une œuvre, une personne ou une idée, souvent de manière gratuite ou excessive. » (Rou, 2026)

documentés. Quant aux Guerrilla Girls, elles occupent une place importante dans les recherches consacrées à l'art engagé, au féminisme ou encore aux institutions artistiques et culturelles. Enfin, les sources scientifiques sur lesquelles se base ce mémoire rappellent également le rôle joué par le développement de la sphère numérique dans le renouvellement des pratiques militantes et des modalités de diffusion des discours engagés.

Malgré les nombreux travaux déjà consacrés aux Guerrilla Girls, le collectif est principalement étudié sous des angles politiques, sociaux, artistiques ou encore féministes. Parallèlement, des concepts tels que la satire, l'artivisme ou les transformations numériques des pratiques militantes font eux aussi l'objet d'une littérature abondante, mais sont le plus souvent abordés de manière indépendante. Leur articulation est ainsi rarement interrogée. Dès lors, les revendications portées par les Guerrilla Girls, les injustices qu'elles dénoncent et les effets de leur engagement sont largement documentés. En revanche, les mécanismes communicationnels qu'elles mettent en œuvre pour construire le langage satirique féministe demeurent relativement peu explorés. Cette observation met ainsi en évidence un angle d'analyse encore peu investi par la littérature et justifie l'intérêt d'une approche davantage communicationnelle.

Face à ce constat, la présente recherche adopte une lecture communicationnelle des productions des Guerrilla Girls. Elle propose ainsi de déplacer le regard porté sur le collectif, en s'intéressant non plus uniquement aux revendications qu'il défend, mais aux mécanismes communicationnels qui participent à la construction de son langage satirique féministe. Ainsi, son objectif est de mieux comprendre la manière dont ce langage est construit et, ce faisant, d'apporter un éclairage complémentaire aux recherches existantes à travers une approche issue des sciences de la communication. Ce cheminement conduit dès lors à la formulation de la question de recherche : Comment les Guerrilla Girls s'approprient-elles le langage satirique féministe ?

3. Présentation du cas d'étude : les Guerilla Girls

Si l'introduction de ce travail a permis de situer brièvement les Guerrilla Girls comme cas d'étude, il convient à présent de les présenter plus en détail pour mieux comprendre le contexte dans lequel s'inscrit leur démarche militante et les enjeux qui structurent leurs productions.

3.1. Origines et création du collectif

En 1985, une exposition du Museum of Modern Art (MoMA) intitulée « Rétrospective internationale de peinture et sculpture récente » provoque une indignation collective. Promue par l'institution comme l'un des plus importants états des lieux de l'art de la période, elle ne comptait pourtant que treize femmes parmi les cent soixante-neuf artistes exposés. Cette sélection reflétait un déséquilibre manifeste et ne pouvait prétendre représenter fidèlement la diversité réelle du monde de l'art (Centre Pompidou).

À cette marginalisation statistique s'ajoute une déclaration du commissaire de l'exposition, Kynaston McShine, affirmant dans plusieurs entretiens que tout artiste qui n'a pas participé à l'exposition devrait reconsidérer sa carrière (Tate). Une telle prise de position renforçait l'autorité symbolique du musée dans la définition de la légitimité artistique et cristallisait les rapports de pouvoir déjà à l'œuvre dans le champ culturel.

C'est dans ce contexte que naît le collectif et qu'il entreprend de dénoncer les discriminations et les mécanismes d'exclusion qui structurent le monde de l'art new-yorkais. Les Guerrilla Girls ciblent d'abord les musées, galeristes et curateurs, avant d'élargir progressivement leur champ d'action à d'autres institutions culturelles comme les théâtres et les cinémas, ainsi qu'à la sphère politique (Tate). Face à l'inefficacité des tactiques militantes traditionnelles héritées des années 1970, elles cherchent une nouvelle forme d'intervention, plus percutante et adaptée à leur époque. Comme le résume l'une d'elles dans un article de Leng (2020) : « Formuler des exigences sans détour ne changera pas forcément les choses [...] Nous avons donc décidé

d'essayer une autre approche : l'humour, l'ironie, l'intimidation et la moquerie. »³(p.110). Leurs premières actions sont ancrées dans la rue. Elles sillonnaient New York en pleine nuit, chargées de piles d'affiches et de seaux de colle, pour placarder leurs messages dans l'espace public (Guerrilla Girls, 2020). En quelques semaines, leur travail déclenche un débat public sur le racisme et le sexisme dans le monde de l'art, ouvrant la voie à deux cents affiches, des banderoles, des projections vidéo, des expositions, des performances et des livres (Guerrilla Girls, 2020).

Leur nom constitue à lui seul une prise de position stratégique. Il résulte d'un jeu de mots entre « guerrilla », diminutif du terme espagnol « guerra »⁴, et « gorilla », l'animal dont elles adoptent le masque lors de leurs apparitions publiques. Selon Leng (2020), ce nom servait non seulement à donner une image de force et d'agressivité, mais aussi à se réapproprier le mot « girl ». Devenu leur signature visuelle, le masque garantit leur anonymat et recentre l'attention sur leur discours, tout en renforçant la portée satirique de leurs interventions (Centre Pompidou).

L'objectif du collectif dépasse largement la simple revendication d'une meilleure représentation des femmes dans les expositions. Comme l'explique la Guerrilla Girl Romaine Brooks dans une interview citée par Leng (2020), l'objectif du collectif dépasse la simple revendication d'une plus grande visibilité des femmes artistes. Il s'agit également de réécrire l'histoire de l'art afin que les artistes femmes soient davantage étudiées, reconnues et considérées à leur juste valeur.

Le groupe militant cherche ainsi à remettre en question les critères biaisés qui définissent ce qu'est le « bon » art et qui influencent à la fois les ventes et l'histoire de l'art. Leng (2020) résume cette dynamique à travers l'image d'un circuit fermé : ce qui est montré dans les galeries devient ce qui se vend, puis ce dont on parle, puis ce qui entre dans l'histoire. C'est précisément ce circuit que le collectif cherche à briser. En se qualifiant de *the conscience of the art world*⁵, les Guerrilla Girls se positionnent comme un contre-pouvoir chargé de mettre en lumière les déséquilibres du monde artistique (Tate).

³ Traduction libre des propos suivants : « Making point blank demands won't necessarily change a thing [...] So we decided to try another way: humor, irony, intimidation, and poking fun. »

⁴ Terme désignant un combat mené par des groupes clandestins à travers des actions ponctuelles destinées à déstabiliser un régime (Larousse, 2026).

⁵ La conscience du monde de l'art (traduction libre).

3.2. Le masque et le rire : stratégies d'une communication militante

Pour atteindre cet objectif, elles développent une stratégie de communication originale qui articule deux éléments indissociables : l'anonymat et l'humour. Au-delà de son impact visuel, le masque de gorille remplit une fonction politique précise. Comme le souligne le Centre Pompidou, il permet aux Guerrilla Girls de libérer leur parole, d'attirer l'attention sur leur discours plutôt que sur leur identité, tout en protégeant leur carrière artistique individuelle et leur vie privée. Cette dimension est confirmée par les membres elles-mêmes : « Notre anonymat maintient l'accent sur ce que nous faisons, pas sur qui nous sommes individuellement. Le mystère a attiré des gens à notre cause » (Centre Pompidou, 2021). En complément du masque, toutes ont adopté comme pseudonyme le nom d'artistes femmes décédées qu'elles admirent, telles que Frida Kahlo, Käthe Kollwitz, Claude Cahun ou encore Gertrude Stein (Centre Pompidou).

Cet anonymat n'est pas seulement une protection identitaire, il constitue aussi un choix satirique délibéré. Rhyner (2015) démontre que le masque, en l'occurrence figuré, de la plaisanterie, offre ici au collectif l'opportunité de révéler la violence structurelle qu'il critique en déstabilisant de manière absurde les institutions ciblées. En portant un masque de gorille, les Guerrilla Girls transforment leur invisibilité subie en invisibilité choisie et revendicative, retournant ainsi contre le système l'effacement qu'il leur impose. Cette stratégie fait directement écho aux propos de Richard (2018) exposés précédemment. L'auteur explique que l'utilisation de l'humour procure aux activistes une forme de protection contre la censure et les représailles, leur permettant ainsi de conserver une certaine liberté d'interprétation dans leur discours sans se mettre en danger face aux institutions qu'elles critiquent.

L'humour constitue l'autre pilier de leur stratégie. Leng (2020) montre que leurs affiches détournent délibérément les codes de la culture populaire, notamment à travers les PSA⁶, pour en faire des vecteurs de contestation féministe. La satire y est utilisée pour contourner le rejet du féminisme et rendre la domination des hommes blancs dans le monde de l'art absurde et

⁶ Acronyme de *Public Service Announcement*, traduisible par « message d'intérêt public » (traduction libre). Ce terme est également défini par Leng (2020) comme étant : « une forme de publicité destinée au grand public, visant à informer sur des questions de santé et de sécurité et à influencer les attitudes et les comportements dans une direction souhaitée. »

impossible à ignorer. Si l'on associe souvent l'humour à la légèreté et à l'apaisement de la colère, les Guerrilla Girls démontrent au contraire qu'il peut être une expression particulièrement puissante. Cette approche s'inscrit dans ce que la comédienne Kate Clinton, citée par Leng (2020), appelle le « fumerism », soit le fait d'être drôle tout en étant profondément en colère. La chercheuse Regina Barreca, également citée par Leng (2020), rejoint cette idée en montrant que l'humour offre aux femmes un moyen de canaliser leur frustration pour la transformer en énergie militante concrète. Comme nous l'avons vu dans la revue de littérature, cette dimension pédagogique et fédératrice de l'humour militant a été largement documentée. Le rire rend les propos plus accessibles, désamorce la résistance du public face à un discours politisé et transforme la colère en énergie collective. Selon les propos d'une des Guerrilla Girls rapportés par Leng (2020), le rire ne constitue pas une fin en soi. Il représente un moyen de capter l'attention du public, de l'inciter à réfléchir et, potentiellement, de faire évoluer son point de vue.

3.3. Les Guerrilla Girls comme modèle artiste féministe : apports et limites

Au regard des cadres scientifiques développés dans la revue de littérature, les Guerrilla Girls apparaissent comme une incarnation particulièrement représentative de ce que la littérature scientifique désigne sous le terme d'artivisme. Leur démarche illustre en effet de manière concrète ce que plusieurs chercheurs et chercheuses ont théorisé : l'idée qu'art et militantisme peuvent non seulement coexister mais se renforcer mutuellement pour produire un discours critique d'une efficacité que ni l'un ni l'autre n'auraient pu atteindre séparément.

En investissant l'espace public new-yorkais avec leurs affiches nocturnes, elles font exactement ce qu'Aladro-Vico et al. (2018) décrivent : transformer des espaces ordinaires en supports de réflexion politique, interrompre le flux habituel du quotidien pour propager une pensée critique. En s'appropriant les codes des PSA, elles ne créent pas simplement de l'art engagé, elles retournent contre le système ses propres outils de communication, ce qui correspond précisément à ce qu'Aladro-Vico et al. (2018) entendent par resémantisation.

La distinction proposée par Christopher (2024) entre artivisme individuel et engagement collectif éclaire également leur pratique. En choisissant d'agir en groupe, masquées et anonymes, elles privilégient délibérément la dimension collective de leur démarche. De cette façon, elles créent ce que Christopher (2024) décrit comme des espaces alternatifs permettant à

des communautés marginalisées de construire une visibilité en dehors des circuits culturels traditionnels. Cette logique rejoint celle qu'Okwir (2025) identifie comme caractéristique de l'artivisme : non pas critiquer les institutions de l'extérieur, mais les interpeller directement pour provoquer un changement concret dans leurs pratiques.

Enfin, en mobilisant le cadre établi par Bourdieu que Christopher (2024) applique à l'artivisme, on peut comprendre le rôle que jouent les Guerrilla Girls comme intermédiaires culturelles. En accumulant une visibilité et une reconnaissance symbolique à travers leurs productions, elles légitiment progressivement des récits et des voix que le monde de l'art institutionnel continuait d'ignorer.

Cela dit, leur modèle n'est pas exempt de contradictions. Les critiques formulées par Maes (2023) sur la composition majoritairement blanche du collectif et celles de Fagundes-Ausani (2023) sur les angles morts d'un féminisme trop homogène, résonnent directement avec les limites qu'identifiait Dagorn (2011). En prétendant parler au nom de toutes les femmes artistes, les Guerrilla Girls risquent de reproduire précisément le type d'exclusion universaliste que la troisième vague féministe a mis en lumière. Leng (2020) pousse cette réflexion encore plus loin en montrant que leur masque de gorille peut être vécu par certaines personnes racisées comme une réactivation involontaire de stéréotypes discriminatoires, révélant ainsi les limites d'une stratégie qui se voulait pourtant inclusive.

4. Approche théorique

4.1. Les affiches comme objets de communication et production de sens

Les affiches des Guerrilla Girls ne constituent pas uniquement des productions artistiques. Elles relèvent également de la communication visuelle puisqu'elles sont conçues pour transmettre un message, interpeller un public et susciter une interprétation. Les considérer uniquement dans leur dimension esthétique reviendrait donc à négliger leur portée communicationnelle ainsi que les mécanismes qui participent à la construction de leur signification.

Joly et Martin (2021) expliquent en effet qu'une image n'est pas une simple représentation du réel, mais un véritable objet de communication. Selon elles, toute image est produite dans une intention : elle s'inscrit dans une situation de communication, anticipe un destinataire et mobilise des codes communs pour être comprise. Comme elles le rappellent, « l'image passe par quelqu'un, qui la produit ou la reconnaît » (Joly & Martin, 2021, p. 9). Une image n'est donc jamais neutre. Elle est pensée pour être vue, interprétée et comprise par un public. Les affiches des Guerrilla Girls s'inscrivent pleinement dans cette logique puisqu'elles cherchent à porter un discours et à provoquer une réaction chez le public qui les découvre.

Toutefois, le fait qu'une image communique ne signifie pas que son sens soit immédiatement accessible. Si elle paraît souvent immédiatement compréhensible, son interprétation mobilise en réalité des connaissances, une culture ainsi que des références partagées (Joly & Martin, 2021). Le sens ne se trouve donc pas uniquement dans ce qui est montré. Il se construit également dans la relation entre l'image, son contexte de diffusion et le regard de celui qui l'interprète (Joly & Martin, 2021). Les deux autrices rappellent que le terme « image » renvoie à des réalités très diverses (dessins, affiches, caricatures, photographies ou encore films) mais que toutes relèvent d'une activité de représentation et de communication. Les affiches font ainsi pleinement partie des images contemporaines qui méritent une analyse en communication.

Cette réflexion rejoint les travaux de Rastier (2001), pour qui le sens ne constitue jamais une donnée totalement objective. Il résulte d'un processus d'interprétation qui dépend du contexte culturel, mais aussi des connaissances et de l'expérience de chaque individu. Une

même image peut ainsi être comprise de différentes manières selon les références mobilisées par son destinataire. Cette signification ne dépend donc pas uniquement de l'intention de celui qui produit l'image, mais également de la manière dont celle-ci est reçue et interprétée (Rastier, 2001).

Dans le cadre de cette recherche, cette perspective conduit à considérer les affiches des Guerrilla Girls comme de véritables objets de communication dont la signification ne peut être réduite à une lecture immédiate. Les analyser implique ainsi de dépasser leur seule dimension esthétique afin de comprendre comment elles produisent du sens et participent à la construction d'un discours satirique féministe. Cette démarche ne consiste donc pas uniquement à identifier ce que montrent les affiches, mais également à s'interroger sur les mécanismes qui rendent leur message intelligible. Il convient dès lors d'examiner plus précisément comment le sens se construit au sein de ces productions visuelles.

4.2. La construction d'un langage multimodal

Si le sens d'une affiche ne peut être réduit à une lecture immédiate, c'est notamment parce qu'il n'est jamais porté par un élément isolé et qu'il résulte de l'articulation de plusieurs composantes visuelles et textuelles qui interagissent entre elles. C'est ce que Joly et Martin (2021) définissent comme l'hétérogénéité de l'image : une production visuelle qui combine plusieurs types de signes. Elles classent ces éléments sous trois catégories distinctes. La première comprend les signes iconiques, c'est-à-dire les photographies ou les dessins. Les couleurs, les formes et la composition graphique relèvent quant à elles des signes plastiques. Tandis que la dernière catégorie comprend les signes dits linguistiques, ceux relatifs à la langue : le texte, un slogan ou encore des chiffres. Le sens naît alors de la combinaison de ces différents types de signes (Joly & Martin, 2021).

Ces catégories font écho aux travaux fondateurs de Kress et Van Leeuwen (2020), qui s'intéressent non seulement à la composition de l'image, mais également à la manière dont ses différentes composantes interagissent pour produire du sens dans un contexte social et culturel précis. Dans leur ouvrage, les auteurs soutiennent qu'un message n'est jamais transmis uniquement par le texte ou uniquement par l'image, mais à travers de multiples modes de communication, parmi lesquels figurent les couleurs, la typographie, la mise en page ou encore la disposition spatiale. D'après leurs recherches, chaque mode possède un potentiel propre de

signification. Autrement dit, chaque ressource contribue à produire un type d'information particulier. Une image peut attirer l'attention, représenter une situation ou encore susciter une émotion, tandis que le texte vise à préciser, compléter ou orienter son interprétation. La typographie, la composition ou encore les couleurs participent quant à elles à la hiérarchisation de l'information et influencent la manière dont le destinataire perçoit le message. Aucun de ces modes ne suffit à lui seul ; c'est leur articulation qui permet au discours de prendre pleinement sens (Kress & Van Leeuwen, 2020). Ces choix, loin d'être purement décoratifs, sont avant tout communicationnels puisqu'ils participent à la manière dont le message sera perçu et interprété. Le choix d'une photographie plutôt qu'un dessin, d'une typographie imposante plutôt que discrète, ou encore d'une composition centrée plutôt qu'asymétrique, contribue ainsi à orienter la lecture et à renforcer certaines significations. Les deux auteurs qualifient ces différents modes de ressources sémiotiques. Mobilisées par un producteur dans une intention de communication, ces ressources s'avèrent particulièrement efficaces pour attirer l'attention, organiser l'information, hiérarchiser le message ou encore guider l'interprétation du destinataire.

Ces ressources ne sont cependant pas porteuses d'une signification fixe et universelle. Si Rastier (2001) insiste sur le caractère subjectif du processus interprétatif, Kress et Van Leeuwen (2020) précisent que ces ressources sémiotiques sont elles-mêmes culturelles, sociales et historiquement situées. Elles ne possèdent pas de signification naturelle ; leur interprétation dépend des conventions propres à une société, à une époque et à un contexte donné (Kress & Van Leeuwen, 2020). Une photographie en noir et blanc n'aura pas le même sens aujourd'hui qu'avant l'invention de la photographie couleur. De même, une écriture manuscrite évoque l'authenticité et la proximité, tandis qu'une typographie administrative sera associée à un registre plus formel, institutionnel et autoritaire.

Les affiches des Guerrilla Girls s'inscrivent pleinement dans cette logique multimodale, en raison de la façon dont elles articulent l'ensemble de ces ressources sémiotiques. Leur message résulte précisément de l'interaction entre ces différentes ressources, qui participent conjointement à la construction du langage satirique féministe. Cette perspective justifie dès lors une analyse attentive des relations qu'entretiennent ces différents modes au sein de chaque affiche.

4.3. L'analyse du discours comme complément de la sémiotique sociale

Les développements précédents ont montré que la sémiotique sociale s'avère être un outil très efficace dans la compréhension du rôle des ressources sémiotiques, de leur articulation et de la production de sens qui en résulte. Cependant, cette discipline ne donne pas la possibilité, à elle seule, de comprendre de quelle manière les Guerrilla Girls s'approprient le langage satirique féministe. Un langage n'est pas uniquement constitué d'éléments visuels, il comporte des formes discursives, des stratégies d'énonciation et des procédés argumentatifs. De ce fait, l'analyse du discours s'impose comme une approche particulièrement nécessaire.

Dubois-Charlier et Harris (1969) décrivent le discours comme un objet d'étude autonome qui se distingue de la simple accumulation de phrases. Ils affirment que celui-ci doit être considéré dans sa situation d'énonciation, ainsi que dans sa fonction sociale. Apportant une notable rupture avec une approche purement linguistique, les deux auteurs indiquent que cet objet d'étude ne peut pas être réduit à sa seule dimension linguistique ou textuelle et qu'il détient une faculté communicationnelle indéniable au même titre que l'image (Joly & Martin, 2021). L'analyse du discours implique ainsi de prendre en considération le contexte dans lequel il s'inscrit, les intentions qu'il porte et des effets qu'il cherche à produire (Dubois-Charlier et Harris, 1969).

Dans le prolongement de cette réflexion, Maingueneau et Cossutta (1995) approfondissent l'analyse en montrant que tout discours prend place dans une scène d'énonciation, c'est-à-dire qu'il suppose un énonciateur, un récepteur et les conditions dans lesquelles le discours est énoncé. Au-delà de son contexte, le discours est indissociable de son destinataire et du genre discursif auquel il appartient (Maingueneau et Cossutta, 1995). Dans cette perspective, le contenu ne peut pas être analysé indépendamment des autres facteurs qui entrent en jeu.

Si Guilhaumou (2002) rejoint ses confrères concernant le caractère complexe du discours, il ajoute que ce dernier n'est pas uniquement un outil communicationnel, et qu'il participe pleinement à la construction des représentations sociales. Selon lui, le registre discursif contribue non seulement à légitimer une réflexion, mais aussi à instaurer des rapports de pouvoir. L'auteur précise toutefois que le discours agit sur le monde social, donc même s'il permet le maintien de rapports de domination, il est capable de les remettre en cause et de transformer certaines représentations dans le temps. Les Guerrilla Girls emploient ainsi des

stratégies discursives dans l'optique de renverser des rapports de pouvoir patriarcaux et de porter une réflexion féministe. De ce fait, un discours ne se contente pas de décrire la réalité sociale, il la construit (Guilhaumou, 2002).

Ainsi, l'analyse du discours permet de saisir ce que la sémiotique sociale ne peut appréhender seule : la dimension énonciative, argumentative et sociale du langage mobilisé par le collectif. En combinant ces deux approches, il devient possible d'analyser à la fois les ressources visuelles mobilisées dans leurs productions et les stratégies discursives qui structurent leur message. Cette articulation constitue le cadre théorique retenu dans ce mémoire. Elle permettra d'étudier conjointement les dimensions visuelle et discursive du langage satirique féministe afin de comprendre comment celui-ci se construit et produit du sens.

5. Méthodologie

5.1. Positionnement

Ce mémoire s'interroge sur la manière dont les Guerrilla Girls s'approprient le langage satirique féministe à travers leurs productions communicationnelles. Il ne cherche pas à mesurer un phénomène ni à établir des relations statistiques entre plusieurs variables. Son objectif est de comprendre comment ce langage se construit et quelles sont les stratégies communicationnelles qui le caractérisent. Cette orientation correspond à ce que Dumez (2011) décrit comme une recherche qualitative. Selon lui, ce type de recherche est particulièrement adapté lorsqu'il s'agit de comprendre un phénomène dans son contexte et de répondre à des questions telles que « comment ? » ou « pourquoi ? ». Cette conception rejoint celle présentée par Claude (2019), qui, en s'appuyant sur Mays et Pope (1995), rappelle que la recherche qualitative privilégie une compréhension approfondie des phénomènes étudiés plutôt que l'accumulation d'un grand nombre de données. Dans cette perspective, l'analyse des productions des Guerrilla Girls apparaît comme la démarche la plus pertinente pour comprendre les mécanismes communicationnels qu'elles mettent en œuvre.

L'objet de cette recherche ne porte pas sur les Guerrilla Girls en tant que personnes, mais sur les productions qu'elles diffusent. La collecte de données repose donc sur une démarche d'observation. Dans le cadre de ce mémoire, cette observation est non participante puisque je n'interviens pas dans le phénomène étudié et que je n'appartiens pas au groupe observé (Claude, 2019). Ce choix s'explique également par la question de recherche. L'objectif n'est pas de recueillir les intentions déclarées des membres du collectif, mais de comprendre les mécanismes communicationnels qui se dégagent de leurs affiches et de leurs prises de parole publiques.

Adopter une démarche qualitative implique également une posture interprétative. Les données ne livrent pas spontanément leur signification : elles nécessitent un travail d'analyse permettant de construire une interprétation argumentée. Comme le rappelle Keller (2007), elles ne parlent jamais d'elles-mêmes et ne prennent sens qu'à travers le regard du chercheur ou de la chercheuse. Cette interprétation ne peut toutefois reposer sur une simple impression personnelle. Elle doit être explicitée, justifiée et constamment confrontée aux données issues du corpus.

Afin d'étudier à la fois les dimensions visuelles et discursives qui composent le langage des Guerrilla Girls, cette recherche mobilise conjointement la sémiotique sociale et l'analyse du discours, dont les fondements théoriques ont été présentés dans le chapitre précédent.

Dans le respect des règles établies par l'UCLouvain concernant l'usage des outils d'intelligence artificielle générative, je déclare avoir eu recours à Claude (Anthropic, 2025) pour deux usages précis. Premièrement, cet outil m'a assistée dans la traduction de sources scientifiques anglophones. Compte tenu du nombre important de ces références, cette aide a facilité leur lecture et leur exploitation. Chaque traduction a néanmoins été relue, vérifiée et adaptée à la lumière de mes propres connaissances linguistiques (attestées par un niveau B2-C1 en anglais selon le test TOEIC) afin d'en garantir la fidélité aux textes originaux. Deuxièmement, Claude a été utilisé pour reformuler certaines tournures de phrases que je ne jugeais pas suffisamment fluides. Chaque proposition a été relue, adaptée et intégrée de manière à rester fidèle à mon raisonnement ainsi qu'à mon style rédactionnel. Dans les deux cas, la réflexion, les choix méthodologiques, les analyses et le contenu intellectuel de ce mémoire demeurent entièrement les miens.

5.2. Constitution du corpus

Le choix de ce collectif s'explique par la richesse de ses productions, mais aussi par la longévité de son engagement. Actives depuis près de quarante ans, les Guerrilla Girls ont développé un répertoire particulièrement vaste, qui permet d'observer l'évolution de leurs stratégies communicationnelles sur plusieurs décennies. Afin de répondre à la question de recherche, un corpus principal a été constitué. Celui-ci est complété par plusieurs données complémentaires destinées à éclairer et à contextualiser l'analyse. Cette distinction permet de différencier les documents qui font l'objet d'une analyse systématique de ceux qui sont mobilisés ponctuellement pour compléter, illustrer ou nuancer certaines interprétations.

5.2.1. Collecte de la base documentaire

Avant de constituer le corpus principal, une phase de collecte documentaire a été menée afin d'établir une vision d'ensemble des réalisations du collectif. Compte tenu du nombre important de leurs productions et de la diversité des campagnes menées depuis près de quarante

ans, il est apparu nécessaire de constituer une base documentaire aussi complète que possible. À ce stade, il ne s'agissait pas encore de sélectionner les documents qui composeraient le corpus principal, mais de dresser un état des lieux des affiches et des campagnes réalisées au cours de ces quarante dernières années.

Cette collecte repose sur plusieurs sources complémentaires, dont le site officiel du collectif constitue la source principale. Il a été retenu puisqu'il est directement administré par les Guerrilla Girls et qu'il donne accès aux reproductions les plus fidèles de leurs affiches. Il m'a permis d'accéder aux archives recensées à ce jour, d'obtenir les titres des affiches, leurs dates de création et, surtout, de travailler à partir de reproductions de très bonne qualité. L'ouvrage *The Art of Behaving Badly* (Guerrilla Girls, 2020) est venu compléter cette base documentaire. Ce livre ne se limite pas à un simple catalogue. Il m'a permis de replacer les affiches dans leur contexte de création, de mieux comprendre la chronologie des campagnes et d'accéder à certaines réalisations absentes du site officiel. Le croisement de ces deux sources a également permis de vérifier les dates, de distinguer certaines campagnes récurrentes et d'obtenir une vision plus globale du travail des Guerrilla Girls.

Le compte Instagram officiel du collectif a également été consulté. Ce choix s'explique par le fait que les réseaux sociaux occupent aujourd'hui une place importante dans la diffusion des productions militantes. Dans le cas des Guerrilla Girls, Instagram ne sert pas uniquement à publier de nouvelles affiches : le collectif y republie régulièrement d'anciennes campagnes, partage des versions actualisées et prolonge ainsi la diffusion de ses productions auprès de nouveaux publics. Les dates de publication sur Instagram ont également été relevées afin de distinguer la date de création originale de la date de republication. Des sources complémentaires ont ponctuellement été mobilisées, comme le site des collections du musée du Louvre ou la galerie d'art Michèle Didier, afin de retrouver certaines reproductions absentes des autres sources ou d'accéder à des documents iconographiques complémentaires.

Pour l'analyse, les reproductions provenant du site officiel ont été privilégiées en raison de leur meilleure résolution, qui offre une meilleure lisibilité et permet une analyse sémiotique plus précise. Les versions publiées sur Instagram ont quant à elles été conservées principalement pour documenter la diffusion numérique des affiches et dater leurs republications. En effet, la majorité d'entre elles y sont photographiées dans l'espace public, ce qui implique un certain cadrage, des changements de proportions, une possible altération des couleurs ainsi que des conditions de lecture moins adaptées à une analyse sémiotique précise.

Cette première phase de collecte documentaire a ainsi servi de base à la sélection du corpus principal, réalisée selon les critères présentés dans la section suivante.

5.2.2. Critères de sélection

Dans le but de recentrer mon corpus, les documents n'ont pas été retenus de manière aléatoire. Plusieurs critères ont guidé la constitution du corpus principal.

Les Guerrilla Girls font partie des nombreux groupes activistes qui ont su adapter leurs stratégies de communication au développement des technologies numériques. Comme le souligne Dagorn (2011), ces évolutions ont permis aux mouvements militants d'investir de nouveaux espaces de communication afin d'élargir leur périmètre d'action. Les Guerrilla Girls s'inscrivent dans cette dynamique puisqu'elles utilisent régulièrement les réseaux sociaux, et plus particulièrement Instagram, pour diffuser leurs nouvelles affiches, republier d'anciennes campagnes ou partager des versions actualisées de certaines productions. Cette plateforme m'a donc permis de délimiter plus facilement mon corpus en offrant un point d'entrée cohérent dans leurs productions. Comme expliqué dans la section précédente, les versions publiées sur Instagram n'ont toutefois pas été utilisées comme support d'analyse en raison de leur qualité parfois insuffisante. Le réseau social constitue donc davantage un critère de sélection qu'une véritable source du corpus.

Au-delà de ce premier critère, j'ai porté une attention particulière à la diversité des affiches retenues. En parcourant les différentes productions du collectif, j'ai constaté que leurs revendications abordaient des thématiques variées telles que les inégalités de genre, les discriminations professionnelles, l'invisibilisation des minorités, les droits reproductifs ou encore les questions environnementales. Il m'a donc semblé important que cette diversité se retrouve dans le corpus afin de mettre en lumière l'étendue des combats menés par les Guerrilla Girls. Par la suite, je me suis assurée de retenir des affiches mobilisant des procédés satiriques variés. Certaines s'appuient davantage sur le détournement de formats familiers, d'autres sur le recours aux statistiques, aux jeux de mots, aux références culturelles ou encore à différentes formes d'adresse au public comme le format épistolaire ou encore l'utilisation d'interpellations directes. En outre, les affiches sélectionnées couvrent une période allant de 1986 à 2024, ce qui

permet d'observer l'évolution de leurs stratégies de communication sur près de quarante années d'activité.

Pour finir, une attention particulière a été portée à la place qu'occupent certaines affiches dans le parcours du collectif. Ce caractère emblématique ne repose pas sur une appréciation personnelle, mais sur plusieurs éléments observables. Plusieurs affiches du corpus sont régulièrement republiées par les Guerrilla Girls sur leurs réseaux sociaux, sont reproduites dans *The Art of Behaving Badly* (2020) ou sont fréquemment mobilisées dans les expositions, les conférences et les publications consacrées à leur travail. Leur présence récurrente dans ces différents supports laisse penser qu'elles constituent des productions particulièrement représentatives de leur démarche. Enfin, seules les affiches pour lesquelles des reproductions de qualité et des informations contextuelles suffisantes étaient disponibles ont été retenues, afin de garantir une analyse aussi précise que possible.

5.2.3. Présentation du corpus principal

Comme expliqué dans la section précédente, les affiches retenues dans cette recherche ont été sélectionnées selon plusieurs critères, parmi lesquels leur caractère emblématique, leur diversité chronologique, mais aussi la variété des procédés satiriques qu'elles mobilisent. À l'issue de ce processus, le corpus principal est composé de treize affiches produites par les Guerrilla Girls entre 1986 et 2024. Ce nombre n'a pas été fixé à l'avance, mais résulte d'une sélection progressive menée tout au long de la constitution du corpus. L'objectif était de réunir un ensemble d'affiches suffisamment varié pour répondre à la question de recherche, tout en restant compatible avec l'ampleur d'un mémoire de master. Il ne s'agit pas de considérer que les autres productions du collectif étaient dépourvues d'intérêt, mais de reconnaître que ce corpus permettait déjà d'analyser en profondeur les mécanismes communicationnels au cœur de cette recherche.

Le tableau suivant présente les affiches retenues ainsi que leur rôle dans l'analyse. Les dates de publication sur Instagram ont été conservées afin de distinguer la date de création originale de la date de republication. Les affiches analysées proviennent quant à elles principalement du site officiel des Guerrilla Girls, dont les reproductions offrent une qualité d'image plus adaptée à une analyse sémiotique détaillée.

N°	Titre de l’affiche	Date de publication sur Instagram	Date de creation originale	Source
1	The Birth of Feminism	1 ^{er} Novembre 2012	2001	guerrillagirls.squarespace.com/projects
2	Dearest Art Collector	8 Novembre 2012	1986	guerrillagirls.squarespace.com/projects
3	The Anatomically Correct Oscar	8 Novembre 2012	2002	guerrillagirls.squarespace.com/projects
4	Do Women Have To Be Naked To Get Into The Met. Museum?	8 Novembre 2012	1989	guerrillagirls.squarespace.com/projects
5	President Trump Announces New Commemorative Months!	16 Novembre 2016	2016	guerrillagirls.squarespace.com/projects
6	3 Ways To Write A Museum Wall Label When The Artist Is A Sexual Predator	15 Septembre 2018	2018	guerrillagirls.squarespace.com/projects
7	Dear Boss	5 Novembre 2018	2018	https://www.instagram.com/p/B8jxztWIHm1/
8	The Advantages of Being a Woman Artist	12 Novembre 2019	1988	guerrillagirls.squarespace.com/projects
9	MoMA Loves DaDa Not MaMa	5 Décembre 2019	2018	guerrillagirls.squarespace.com/projects
10	The Male Graze	20 Juin 2020	2020	themalegraze.com
11	Meet The Creeps Who Took Away Our Abortion Rights	1 ^{er} Juillet 2022	2022	guerrillagirls.squarespace.com/projects

12	How Many Works By Women Artists Were In The Andy Warhol And Tremaine Auctions At Sotheby's?	6 Octobre 2022	1989	guerrillagirls.squarespace.com/projects
13	It's Not Apple Pie Without Ice Cream!	2 Octobre 2024	2023	guerrillagirls.squarespace.com/projects

5.2.4. Données complémentaires

Afin d'enrichir l'interprétation des affiches, plusieurs documents complémentaires ont également été mobilisés. Ceux-ci ne constituent pas des objets d'analyse à part entière mais viennent soutenir, préciser ou contextualiser certaines observations réalisées à partir du corpus principal.

5.2.4.1. Productions audiovisuelles

Ce volet repose en partie sur plusieurs interventions publiques du collectif, notamment des interviews, des documentaires et des productions audiovisuelles réalisées par les Guerrilla Girls elles-mêmes. Ces documents ont été mobilisés afin d'accéder au discours que les membres du collectif tiennent sur leurs propres pratiques communicationnelles. Ils permettent d'éclairer certaines observations issues de l'analyse des affiches et d'apporter des éléments de contexte sur la manière dont les Guerrilla Girls présentent leur démarche, leurs stratégies et leurs modes d'action.

Les six vidéos retenues n'ont pas été sélectionnées au hasard. Toutes donnent directement la parole aux membres du collectif et abordent leur manière de concevoir leurs campagnes, leurs intentions ou encore les stratégies communicationnelles qu'elles mettent en œuvre. Elles offrent ainsi un regard complémentaire sur les affiches en donnant accès à la façon dont les Guerrilla Girls expliquent elles-mêmes leur travail. Une attention particulière a également été portée à la fiabilité des sources. Les vidéos proviennent soit de la chaîne officielle des Guerrilla Girls, soit d'institutions culturelles reconnues comme le Tate, Art21 ou le Museum of Modern Art, soit encore de médias spécialisés dans l'art et la culture tels que PBS Art Assignment. Le choix de

ces sources vise à garantir l'authenticité des documents mobilisés tout en diversifiant les contextes dans lesquels les membres du collectif prennent la parole.

Cette diversité constitue d'ailleurs un intérêt en elle-même. Certaines interventions s'inscrivent dans un registre plus léger et divertissant, comme leur passage au *Late Show with Stephen Colbert*, tandis que d'autres adoptent un ton plus pédagogique ou documentaire, comme la vidéo produite par Art21. Observer ces différents contextes permet de mieux comprendre la manière dont les Guerrilla Girls adaptent leur discours en fonction de leur interlocuteur et du cadre dans lequel elles s'expriment. Enfin, les vidéos retenues couvrent une période allant de 2016 à 2023, ce qui prolonge la période étudiée dans le corpus principal et permet d'observer l'évolution récente de leur discours.

N°	Titre de l'affiche	Source/ Chaîne Youtube	Date de publication	Durée	Format	Pertinence pour l'analyse
1	Guerrilla Girls Talk The History Of Art vs. The History Of Power	The Lat Show with Stephen Colbert	2016	6min 25sec	Interview divertissement	Adaptation du discours au grand public
2	You Have to Question What You See	Tate	2018	6min 58sec	Interview directe	Réflexion sur leur démarche générale
3	Complain Creatively	PBS Art Assignment	2016	8min 55sec	Format éducatif numérique	Stratégie d'accessibilité et de vulgarisation
4	The Male Graze	Chaîne officielle des Guerrilla girls	2021	2min 53sec	Performance/c ommentaire d'affiche	Commentaire direct d'une affiche du corpus

5	Grilsplaining	Chaine officielle des Guerrilla girls	2017	7min 2sec	Production propre / statistiques	Articulation humour et démonstration
6	Bodies of Knowledge	Art21	2023	16min 42sec	Documentaire artistique	Commentaire de plusieurs affiches du corpus

5.2.4.2. Sources iconographiques et adaptations.

D'autres documents ont également été mobilisés de manière ponctuelle afin de compléter l'analyse. Il s'agit notamment de références iconographiques, comme *La Grande Odalisque* d'Ingres, de variantes d'affiches ou encore d'adaptations linguistiques produites par les Guerrilla Girls. Ces documents ne font pas l'objet d'une analyse systématique. Ils permettent toutefois de replacer certaines affiches dans leur contexte, d'illustrer la récurrence de certains procédés ou encore de montrer comment les Guerrilla Girls adaptent leurs campagnes à différents contextes culturels. L'ensemble de ces documents est présenté dans les annexes B, C et D de ce mémoire. Ils y sont classés en trois catégories : les références iconographiques (annexe B), les variantes et réactualisations d'affiches (annexe C) ainsi que les adaptations linguistiques (annexe D).

5.3. Construction de la grille d'analyse

Une fois le corpus constitué, il était nécessaire de définir un outil permettant d'analyser l'ensemble des affiches de manière systématique. La section suivante présente donc la démarche adoptée pour construire la grille d'analyse utilisée dans cette recherche.

Cette grille a été élaborée à partir des concepts théoriques présentés dans le chapitre précédent, principalement à partir des travaux de Kress et Van Leeuwen (2020) consacrés à la sémiotique sociale et à la multimodalité. Son objectif est de rendre l'analyse des affiches la plus systématique possible, en veillant à ce que les mêmes dimensions soient observées pour chacune des productions étudiées. Sans cet outil, l'analyse risquerait de reposer davantage sur des observations intuitives que sur une démarche structurée et cohérente.

La grille utilisée dans cette recherche n'a pas été reprise telle quelle d'un modèle existant. Aucun auteur ne propose en effet un outil directement applicable à l'analyse des affiches des Guerrilla Girls dans une perspective communicationnelle et féministe. Il a donc été nécessaire de construire une grille adaptée à l'objet de cette recherche, à partir des concepts développés dans le chapitre précédent. La démarche a consisté à identifier, dans l'analyse de ces auteurs d'une part, et dans celles consacrées à l'analyse du discours d'autre part, les dimensions les plus pertinentes pour répondre à la question de recherche. Les recherches Kress et Van Leeuwen (2020) ont conduit à retenir trois dimensions : ce qui est représenté dans l'image, la relation qu'elle établit avec son destinataire et la manière dont ses différents éléments sont organisés. Les apports de l'analyse du discours, en particulier ceux de Maingueneau et Cossutta (1995), ont quant à eux amené à intégrer des dimensions liées à la scène d'énonciation, aux stratégies discursives et aux effets recherchés sur le public. À partir de ces différents concepts, la réflexion a consisté à les transformer en questions concrètes, directement applicables à chacune des affiches du corpus. C'est ce travail qui a conduit à l'élaboration des six catégories présentées ci-dessous.

Les trois premières catégories, intitulées représentation visuelle, fonction interactionnelle et fonction compositionnelle, s'inscrivent dans la continuité des travaux de Kress et Van Leeuwen (2020). Elles permettent d'étudier ce qui est représenté dans l'image, la relation qu'elle entretient avec son destinataire ainsi que la manière dont les différents éléments visuels sont organisés. Les deux catégories suivantes, dimension textuelle et réception, et effet attendu, portent davantage sur les stratégies discursives et les intentions communicationnelles mobilisées dans les affiches, en cohérence avec les apports de l'analyse du discours. Enfin, une dernière catégorie, lecture critique féministe, a été ajoutée afin de prendre en compte la dimension militante des productions des Guerrilla Girls et d'interroger leur portée politique et intersectionnelle. La grille complète est présentée en annexe E1 et un exemple de grille complétée figure en annexe E2.

5.4. Déroulement de l'analyse

L'analyse s'est déroulée en plusieurs étapes. Dans un premier temps, chacune des affiches du corpus principal a été analysée à l'aide de la grille présentée dans la section précédente. Les différentes catégories ont été examinées dans l'ordre afin de garantir une démarche identique

pour l'ensemble du corpus. Lorsque cela était nécessaire, cette première analyse a été complétée par des informations contextuelles disponibles sur le site officiel des Guerrilla Girls, notamment lorsque certaines affiches faisaient référence à un événement précis, comme une élection ou une décision gouvernementale américaine. Ces informations étaient parfois indispensables pour comprendre le contexte de création de l'affiche et en saisir pleinement la portée.

Dans un second temps, les treize grilles complétées ont été relues de manière transversale afin d'identifier les mécanismes qui revenaient le plus souvent d'une affiche à l'autre. Cette étape a progressivement fait apparaître plusieurs régularités, qui ont ensuite été regroupées en grandes catégories. C'est ce travail qui a conduit à la construction des trois axes développés dans le chapitre d'analyse : le détournement de formats familiers, l'articulation entre humour et démonstration, ainsi que la construction d'une critique accessible. Ces axes n'ont donc pas été définis avant l'analyse, mais sont le résultat des observations réalisées sur l'ensemble du corpus.

Enfin, les données complémentaires ont été mobilisées de manière ciblée afin d'éclaircir certaines observations issues de l'analyse des affiches. Les six vidéos ont notamment permis d'accéder au discours que les Guerrilla Girls tiennent sur leurs propres pratiques communicationnelles. Elles ont été utilisées pour compléter certaines interprétations, apporter des précisions sur leur manière de concevoir leurs campagnes ou encore illustrer certains procédés observés dans les affiches. Les autres documents complémentaires, tels que les variantes d'affiches, les réactualisations ou les adaptations linguistiques, ont quant à eux servi à illustrer des mécanismes précis mis en évidence au cours de l'analyse. Les différentes versions d'une même affiche ont par exemple permis d'observer la manière dont le collectif actualise régulièrement ses données statistiques, tandis que les adaptations linguistiques, comme la version sud-coréenne de *It's Not Apple Pie Without Ice Cream!*, illustrent la façon dont les Guerrilla Girls adaptent leurs campagnes à différents contextes culturels.

5.5. Limites

Comme toute recherche qualitative, ce mémoire présente certaines limites qu'il est important de reconnaître.

La première concerne la taille et la représentativité du corpus. Les treize affiches retenues constituent une sélection réalisée parmi les nombreuses productions des Guerrilla Girls, créées

au cours de près de quarante années d'activité. Bien que ce corpus ait été construit selon des critères précis et qu'il cherche à refléter la diversité chronologique et thématique des affiches du collectif, il ne prétend pas être exhaustif. Les conclusions présentées dans cette recherche concernent donc uniquement les productions analysées et ne peuvent être généralisées à l'ensemble des affiches réalisées par les Guerrilla Girls. Ce choix reste toutefois cohérent avec l'objectif de cette recherche, qui privilégie une analyse approfondie des mécanismes communicationnels plutôt qu'un recensement complet de toutes les réalisations du collectif.

La deuxième limite est liée au caractère interprétatif de cette recherche. Mon outil d'analyse a été élaborée à partir des cadres théoriques présentés dans ce mémoire, mais son élaboration comme son application reposent sur les choix opérés dans cette recherche. D'autres concepts, d'autres questions ou d'autres cadres théoriques auraient pu mettre en évidence des mécanismes différents ou conduire à d'autres interprétations. Comme le rappelle Keller (2007), les données ne parlent jamais d'elles-mêmes et nécessitent toujours un travail d'interprétation de la part du chercheur ou de la chercheuse.

Enfin, la troisième limite concerne les données complémentaires mobilisées dans cette recherche. En l'absence d'entretiens réalisés avec les membres du collectif, notamment en raison de leur dispersion géographique, cette étude s'appuie sur des vidéos produites par les Guerrilla Girls elles-mêmes ou réalisées par des institutions culturelles et médiatiques telles qu'Art21, PBS, Tate ou le Museum of Modern Art. Ces documents donnent accès au discours que le collectif tient sur ses propres pratiques communicationnelles. Ils permettent de compléter et de contextualiser certaines observations issues de l'analyse des affiches, mais ce discours reste un discours public, construit et contrôlé par les Guerrilla Girls elles-mêmes. Les membres choisissent les éléments qu'elles souhaitent mettre en avant, la manière dont elles les présentent ainsi que les aspects qu'elles souhaitent laisser dans l'ombre. Ces vidéos éclairent donc l'analyse sans donner accès à l'ensemble du processus de réflexion qui a conduit à la conception de leurs affiches.

6. Analyse du langage satirique féministe des Guerilla Girls

6.1. Le détournement comme fondement du langage satirique

Le premier mécanisme par lequel les Guerrilla Girls construisent leur langage satirique repose sur le détournement des formats de communication familiers. Plutôt que de créer des formes entièrement nouvelles, elles s'approprient des supports déjà connus du public, tels que la lettre, l'affiche de film, le cartel muséal, le slogan publicitaire ou encore les références issues de la culture populaire et les œuvres classiques de l'histoire de l'art, pour les retourner contre les structures de pouvoir qu'elles dénoncent. Ce procédé vise à déstabiliser les attentes du public en transformant des formats habituellement associés à l'information, à la promotion ou à l'autorité institutionnelle en outils de critique. Les Guerrilla Girls revendiquent d'ailleurs explicitement cette stratégie lorsqu'elles expliquent « avoir développé une manière d'utiliser les faits et l'humour pour retourner un problème et le présenter différemment afin de changer les mentalités » (Guerrilla Girls, 2016, 05 :07-05:20).⁷

6.1.1. Le détournement de genres communicationnels

Cette logique apparaît de manière particulièrement évidente dans l'affiche *The Birth of Feminism*⁸ qui reprend les codes sémiotiques de l'affiche de film hollywoodienne pour critiquer la récupération médiatique du féminisme. Au premier abord, l'image reprend les éléments caractéristiques de ce genre de support : un titre accrocheur, la mise en avant de célébrités féminines (en l'occurrence : Pamela Anderson, Halle Berry et Catherine Zeta-Jones) et une accroche promotionnelle destinée à attirer l'attention du public. Toutefois, ce dispositif visuel produit un effet de décalage : derrière cette esthétique familière se déploie une critique de la manière dont l'industrie culturelle transforme les luttes féministes en objets de divertissement. Les personnalités représentées ici ne sont pas célébrées pour leur engagement réel, mais pour

⁷ Traduction libre des propos suivants : "What we did was invent this way of using facts and humor to twist an issue around and present it in a different way that might change people's minds" (Guerrilla Girls, *Guerrilla Girls Talk The History Of Art vs. The History Of Power*, The Late Show with Stephen Colbert, 2016, 05:07-05:20).

⁸ Voir annexe A1.

les rôles qu'elles incarnent à l'écran ce qui participe à une mise en spectacle du féminisme plutôt qu'à une valorisation de son projet politique. Le slogan « They made women's rights look good. Really good »⁹, quant à lui, contribue à renforcer cette critique en suggérant que l'industrie culturelle réduit les revendications féministes à une question d'apparence et de mise en scène médiatique. Le format promotionnel, habituellement destiné à vendre un produit culturel, est ainsi réinvesti afin de dénoncer la superficialité avec laquelle certaines productions médiatiques abordent les revendications féministes. Ce procédé correspond précisément à ce qu'Aladro-Vico et al. (2018) désignent par le concept de resémantisation.

Une logique similaire est observable dans *Dearest Art Collector*¹⁰ et *Dear Boss*¹¹, qui s'approprient le genre épistolaire pour transformer un moyen de communication habituellement associé à l'échange privé en dispositif de dénonciation publique. Le recours à ce genre spécifique relève d'un choix délibéré : en s'adressant directement à un collectionneur ou à un employeur, les Guerrilla Girls individualisent la critique et placent leurs destinataires face à leurs propres responsabilités. Cette stratégie renforce l'interpellation du lecteur, qui est placé dans la position d'un témoin privilégié d'une correspondance apparemment personnelle, tout en étant invité à s'identifier au destinataire de la critique. Le ton volontairement courtois et faussement bienveillant constitue l'un des procédés satiriques les plus caractéristiques du collectif. En adoptant un registre poli, les Guerrilla Girls contournent la méfiance que pourrait susciter une critique frontale. La politesse apparente ne cherche donc pas à atténuer la critique. Elle renforce au contraire le contraste entre la courtoisie du registre employé et la sévérité des rapports de pouvoir dénoncés. Derrière les formules de politesse et l'apparente empathie se déploie en réalité une critique particulièrement incisive des rapports de pouvoir qui structurent le monde de l'art et celui du travail. Ce même procédé satirique permet toutefois de formuler deux critiques distinctes. *Dearest Art Collector* dénonce le circuit fermé du marché de l'art, dans lequel les choix des collectionneurs déterminent ce qui sera exposé, vendu et finalement retenu par l'histoire, participant ainsi directement à l'invisibilisation des femmes artistes et de leur patrimoine. Tandis que *Dear Boss* pointe l'indécence du mode de vie de certains employeurs dont l'opulence contraste avec les salaires insuffisants versés à leurs employés. Dans les deux cas, le détournement du format épistolaire permet d'adresser publiquement une critique qui emprunte les apparences d'un échange privé.

⁹ Traduction libre : « Elles ont donné une belle image des droits des femmes. Une très belle image. »

¹⁰ Voir annexe A2.

¹¹ Voir annexe A3.

6.1.2. Le détournement du langage institutionnel

Ce mécanisme de détournement s'exerce également sur les codes propres aux institutions que critiquent les Guerrilla Girls. En se réappropriant leurs modes de communication, le collectif retourne les outils de l'institution contre elle-même pour en dénoncer les dysfonctionnements. L'affiche *3 Ways to Write a Museum Wall Label When the Artist is a Sexual Predator*¹² illustre particulièrement bien cette logique. Le cartel muséal, cet élément si familier que tout visiteur peut retrouver sous chaque œuvre exposée, est ici détourné pour dénoncer la protection dont bénéficient certains artistes malgré des comportements jugés répréhensibles. En proposant trois versions d'un même cartel consacré à l'artiste Chuck Close, les Guerrilla Girls révèlent que la présentation d'une œuvre n'est jamais neutre : c'est toujours un choix institutionnel et politique. Le musée peut choisir de taire les accusations, de les minimiser ou de les nommer clairement. L'affiche révèle ainsi que le cartel muséal ne constitue pas un simple outil d'information, mais participe lui aussi à la construction d'un discours institutionnel qui oriente la lecture des œuvres et des artistes. Le choix des mots apparaît dès lors comme un acte de légitimation ou, au contraire, de remise en question de l'artiste présenté, montrant que le langage institutionnel participe pleinement à la production du sens. Cette stratégie de critique de l'intérieur est d'ailleurs revendiquée explicitement par le collectif :

« [...] Beaucoup de gens nous demandent : 'Oh, vous critiquez les musées, mais on peut voir votre travail dans des institutions.' Et en réalité, cela a tout son sens pour nous, car nous adorons critiquer une institution directement sur ses propres murs. » (Tate, 2018, 04:50-05:31).¹³

Ce qui distingue cette affiche des autres dans cet axe, c'est que la dénonciation passe par le détournement du langage même de l'institution afin d'en révéler les mécanismes discursifs. Les Guerrilla Girls entrent ainsi dans le système pour en dévoiler les contradictions plutôt que de le critiquer depuis l'extérieur.

¹² Voir annexe A4.

¹³ Traduction libre des propos suivants : « [...] We will always point at what's happening at institutions and critique that. A lot of people ask us, you know, like, 'Oh, you're criticizing the museums, but then we can see your work at institutions.' And actually, it makes total sense to us because we love to criticize an institution right on its own walls. » (Guerrilla Girls, *Guerrilla Girls – 'You Have to Question What You See' | Artist Interview | TateShots*, Tate, 2018, 04:50-05:31).

Cette logique se retrouve aussi dans *MoMA Loves DaDa Not MaMa*¹⁴, qui retourne le nom même du musée contre lui en opposant « DaDa », terme enfantin désignant le père, à « MaMa », terme renvoyant à la maternité. L'affiche fait référence à un cas concret : alors qu'une offre d'emploi a été retirée à une femme après qu'elle soit devenue mère, le conservateur en chef de la même institution a quant à lui bénéficié d'un congé paternité, révélant ainsi le décalage entre l'image progressiste que le musée projette et la réalité discriminatoire de ses pratiques. Le jeu de mots dépasse le simple effet humoristique : il résume à lui seul la contradiction entre le discours progressiste revendiqué par l'institution et les pratiques qu'elle perpétue. La réappropriation du nom même de l'institution montre ainsi que le langage devient un espace de contestation à part entière. Dans les deux cas, le détournement opère non plus sur un format générique comme la lettre ou l'affiche de film, mais sur les codes spécifiques de l'institution ciblée, rendant la critique d'autant plus percutante.

6.1.3. Le détournement des références culturelles

Si les exemples précédents montrent que le collectif new-yorkais détourne des formats de communication, leur stratégie s'étend également aux œuvres du patrimoine artistique, dont elles réinvestissent les références iconographiques afin de produire un nouveau discours critique. La représentation graphique *Do Women Have to Be Naked to Get into the Met Museum?*¹⁵ illustre particulièrement bien ce procédé : les Guerrilla Girls y détournent *La Grande Odalisque*¹⁶ d'Ingres (1814), une peinture emblématique représentant une femme nue offerte au regard du spectateur. Le choix de cette peinture répond à une stratégie précise, c'est l'une des représentations féminines les plus connues du canon artistique occidental, ce qui favorise une reconnaissance immédiate du détournement par le spectateur, sans qu'une expertise en histoire de l'art soit nécessaire à sa compréhension. En remplaçant le visage de la femme peinte par leur masque de gorille, les Guerrilla Girls opèrent un double geste symbolique. D'une part, elles érigent en symbole la figure féminine représentée : ce n'est plus une femme en particulier mais toutes les femmes objectifiées par l'histoire de l'art que le collectif entend défendre. D'autre part, elles réapproprient ce corps féminin en le marquant de leur symbole militant, transformant ainsi l'objet passif du regard masculin en sujet actif de la contestation féministe. L'audace de ce

¹⁴ Voir annexe A5.

¹⁵ Voir annexe A6.

¹⁶ Voir annexe B1.

geste constitue à elle seule un procédé satirique : superposer un masque militant sur une œuvre aussi emblématique produit un choc visuel qui rompt avec la lecture habituelle de l'œuvre. Le détournement ne repose donc pas uniquement sur la reprise d'une œuvre célèbre, mais sur la transformation de sa signification au service d'une critique féministe.

Cette stratégie ne se limite d'ailleurs pas à cette seule affiche. Les Guerrilla Girls réactualisent certaines de leurs productions lorsqu'elles estiment que les mêmes mécanismes de domination se reproduisent dans d'autres sphères culturelles. *Do Women Have To Be Naked to Get Into the Met Museum?* est réadaptée afin de dénoncer la représentation des femmes dans les clips musicaux, plus précisément dans le clip *Blurred Lines* de Robin Thicke, Pharrell Williams et T.I.¹⁷ En conservant la structure icono-textuelle de l'affiche (son slogan, sa composition et son principe de comparaison) tout en remplaçant *La Grande Odalisque* par une image issue du clip, le collectif transpose sa critique de l'objectification du corps féminin du musée vers l'industrie musicale. Cette réactualisation montre que le détournement représente un véritable langage satirique, suffisamment souple pour être mobilisé dans différents contextes tout en conservant son efficacité critique.

En définitive, le détournement de formats familiers, qu'ils soient d'ordre culturel, médiatique ou institutionnel, apparaît comme le fondement du langage satirique des Guerrilla Girls. En s'appropriant des genres communicationnels et des références culturelles immédiatement reconnaissables par le public, tels que l'affiche de film, la lettre, le cartel muséal ou encore l'œuvre classique, les Guerrilla Girls les transforment en vecteurs de contestation féministe. Ces observations permettent d'apporter une première réponse à notre question de recherche : le détournement constitue le principe fondateur du langage satirique féministe développé par les Guerrilla Girls.

6.2. L'articulation entre humour et démonstration

La stratégie satirique développée par les Guerrilla Girls ne repose pas uniquement sur l'humour. Si leurs affiches cherchent à provoquer le rire, le malaise ou l'indignation, elles s'appuient systématiquement sur des données concrètes, qu'il s'agisse de statistiques ou de faits publics et historiquement vérifiables. L'humour n'a donc pas pour fonction de remplacer

¹⁷ Voir annexe B2.

l'argumentation, mais de la renforcer en attirant l'attention du public sur des réalités objectivables. Cette articulation entre satire et démonstration constitue l'un des principaux ressorts de leur stratégie de communication et contribue à rendre leur critique à la fois crédible et difficile à réfuter.

6.2.1. Les statistiques comme ressort satirique

Au sein du langage satirique développé par le groupe d'activistes, les statistiques occupent une place centrale. En appuyant leurs propos par des chiffres, les Guerrilla Girls confèrent une plus grande crédibilité à leur discours. Le recours à des données quantitatives permet d'objectiver les inégalités de genre qu'elles dénoncent et de montrer qu'il ne s'agit pas de situations individuelles ou d'expériences isolées, mais bien d'un phénomène systémique. Là où un témoignage personnel pourrait être perçu comme subjectif ou anecdotique, les statistiques rendent les accusations du collectif plus difficiles à contester en s'appuyant sur des données vérifiables. Cette conception transparaît dans les propos de Zubeida, une des membres du groupe : « Le travail des Guerrilla Girls a toujours reposé sur les statistiques. Les gens ne vous croient pas si vous ne leur montrez pas les chiffres. Sans les chiffres, on a vraiment une fausse impression de diversité. » (Art21, 2023, 14:11-14:18)¹⁸. Cette volonté d'objectiver les inégalités ne repose toutefois pas sur la présentation d'une statistique isolée. Dans le corpus étudié, ces militantes privilégient fréquemment la confrontation de plusieurs données chiffrées afin de rendre les écarts immédiatement perceptibles. *The Anatomically Correct Oscar*¹⁹ illustre parfaitement cette tactique. L'affiche exprime un agacement certain vis-à-vis du monopole que possèdent les hommes blancs lorsqu'il s'agit de recevoir des récompenses dans le secteur cinématographique. Pour exposer ce constat, trois affirmations se confrontent : « Le prix du meilleur réalisateur n'a jamais été décerné à une femme », « 94% des prix scénaristiques ont été accordées à des hommes », « Seulement 3% des prix d'interprétation ont été décernés à des personnes de couleur »²⁰. L'accumulation de ces données permet de montrer que les

¹⁸ Traduction libre des propos suivants : « The Guerrilla Girls' work has always been statistics. People don't believe you unless you show them the numbers. Without the numbers, you really have a false sense of diversity. » (Guerrilla Girls, *Guerrilla Girls in "Bodies of Knowledge" – Season 11* | Art21, Art21, 2023, 14:11-14:18)

¹⁹ Voir annexe A7.

²⁰ Traduction libre des affirmations présentes sur l'affiche *The Anatomically Correct Oscar* : « Best Actor has never been awarded to a woman », « 94% of the Writing awards have gone to men », « Only 3% of the Acting awards have gone to people of color »

discriminations énoncées ne relèvent guère de situations ponctuelles ou d'un simple oubli, mais d'un fonctionnement structurel de l'industrie cinématographique.

Cette logique comparative prend une autre forme dans *Do Women Have to Be Naked to Get Into the Met Museum?*. Ici, les Guerrilla Girls n'opposent plus plusieurs catégories statistiques, mais deux réalités qui concernent les femmes. D'un côté, moins de 5% des artistes exposés sont des femmes ; de l'autre, 85% des nus représentent des corps féminins. La comparaison ne vise donc plus uniquement à révéler un déséquilibre numérique, mais met en évidence un paradoxe : les femmes sont omniprésentes dans les musées, mais en tant qu'objets de représentation, alors qu'en tant qu'artistes elles demeurent largement invisibilisées. Avec ce parallèle, le collectif déstabilise les représentations spontanées du public. À première vue, la forte présence de corps féminins dans les collections muséales pourrait laisser penser que les femmes y occupent une place importante. En confrontant immédiatement ces deux statistiques, les Guerrilla Girls soulignent néanmoins que cette visibilité concerne avant tout leur représentation en tant que modèles, et non leur reconnaissance en tant qu'artistes. Ce schéma est également observable dans *How Many Works By Women Artists Were In The Andy Warhol And Tremaine Auctions At Sotheby's?*²¹, mais il prend cette fois une forme plus radicale. Le collectif interroge le lecteur sur le nombre d'œuvres réalisées par des femmes artistes présentes dans deux ventes prestigieuses. La réponse parle alors d'elle-même : zéro. Le chiffre « 0 » matérialise ici l'exclusion du marché de l'art et indique que les inégalités ne concernent pas uniquement la représentation ou la reconnaissance institutionnelle, mais également la valorisation économique des artistes.

Comme l'a montré la partie précédente, les Guerrilla Girls accordent une attention particulière à la manière dont leurs messages sont mis en scène. Les données statistiques ne sont dès lors jamais présentées de façon neutre. Elles s'accompagnent constamment d'éléments visuels qui renforcent leur portée satirique. Les chiffres ne constituent donc pas un simple argument : ils s'intègrent à une composition graphique qui participe pleinement à la construction du message. Dans *How Many Works By Women Artists Were In The Andy Warhol And Tremaine Auctions At Sotheby's?*, nous constatons que le chiffre "0" n'est pas simplement inscrit dans une typographie noire et sobre, mais que cette statistique est représentée par deux bananes. Même si ces dernières font directement référence à une œuvre d'Andy Warhol et qu'elles exploitent le concept de détournement, elles remplissent une autre fonction : elles

²¹ Voir annexe A8.

attirent le regard. Cette représentation rompt avec la sobriété du texte. C'est là que les Guerrilla Girls apportent leur touche personnelle en transformant une donnée abstraite en image. De cette manière, la statistique devient plus expressive. Cette mise en scène se décline différemment dans *The Anatomically Correct Oscar* qui caricature l'homme blanc en représentant la statuette emblématique des Oscars de manière stéréotypée. Cette figure personnifie le monopole détenu par les hommes blancs dans la sphère cinématographique et appuie donc la critique féministe portée par l'affiche. Ici, les statistiques prennent un visage : celui de la majorité qui domine l'industrie du cinéma.

Les Guerrilla Girls recourent également à un processus de réactualisation. Leurs affiches ne sont pas figées dans le temps. Il n'est pas rare que ces activistes mettent à jour leurs propres productions en modifiant les données quantitatives. Même si la structure icono-textuelle perdure, les statistiques, elles, évoluent au gré des changements sociaux. Pour maintenir la pertinence de leur critique féministe, les Guerrilla Girls s'appuient régulièrement sur de nouvelles données et de nouvelles études. Cette stratégie de communication témoigne ainsi du caractère évolutif de leur langage. *Do Women Have to Be Naked to Get Into the Met Museum?* illustre parfaitement cette démarche à travers ses différentes versions. À ce jour, les archives officielles des Guerrilla Girls recensent quatre versions de cette affiche : celle de 1989 (l'originale), puis celles de 2005, 2012 et enfin 2025.²² Remaniée sur une période de trente-six ans, cette affiche montre que leur satire continue de s'appuyer sur des données récentes. Le collectif adapte ainsi son discours aux évolutions statistiques tout en conservant le même support de communication. Toutefois, démarche ne consiste pas uniquement à modifier les chiffres. La conservation de la structure générale des affiches constitue également un choix stratégique. En maintenant une base presque inchangée au fil des décennies, les Guerrilla Girls ancrent leur combat dans le temps et soulignent la persistance des inégalités de genre qu'elles dénoncent. Cette continuité favorise la reconnaissance du collectif au fil des décennies et contribue à la construction du langage satirique féministe à la fois cohérent, durable et évolutif.

²²Voir annexes C1. ; C2. ; C3.

6.2.2. La satire appuyée sur des faits vérifiables

Si les statistiques permettent d'objectiver les inégalités à travers des données quantitatives, les Guerrilla Girls s'appuient également sur des données factuelles qui remplissent une fonction comparable. À l'instar des statistiques, les faits publics et vérifiables ne sont jamais exposés dans une totale neutralité. Ces derniers sont sélectionnés, organisés et intégrés dans une mise en scène satirique similaire. Le groupe militant assume, au contraire, pleinement sa prise de position féministe. En revanche, ce positionnement s'ancre continuellement dans une réalité documentée, ce qui renforce également sa critique. Le recours aux faits joue un rôle précis dans la méthode communicationnelle des activistes new-yorkaises : il guide plutôt qu'il impose. En présentant ces éléments, elles donnent au public les clés de lecture nécessaires sans formuler explicitement toutes les conclusions. Les Guerrilla Girls attachent une grande importance à cette marge interprétative : « Nous pensions qu'il était vraiment important de simplement énoncer les faits et de voir comment les gens allaient les interpréter » (Art21, 2023, 04:08-04:23)²³. Le destinataire est donc invité à établir lui-même le lien entre les faits présentés et la critique féministe portée par le collectif. Cette mise en récit du discours satirique apparaît dans *Meet The Creeps Who Took Away Our Abortion Rights*²⁴. Plusieurs éléments factuels y figurent, comme les décisions prises par la Cour suprême des États-Unis, ainsi que les noms et photographies des juges de la Cour suprême ayant participé à cette décision. Ensuite, c'est au public d'assembler les éléments dont il dispose pour comprendre pourquoi ces personnes sont qualifiées de *creeps*²⁵.

Dans *Meet The Creeps Who Took Away Our Abortion Rights*, la satire repose donc sur une marge interprétative relativement importante : les faits sont présentés au lecteur, qui doit par après établir le lien entre les informations fournies et la critique féministe revendiquée par le collectif. Procéder de la sorte n'est toutefois pas systématique dans le corpus. Comme le rappelle Skalicky (2019), les messages satiriques peuvent solliciter un travail interprétatif plus ou moins important selon leur degré d'explicitation. Contrairement à l'image précédente,

²³ Traduction libre des propos suivants : « We thought it would be really important to just state the facts and see what people did with the facts » (Guerrilla Girls, *Guerrilla Girls in "Bodies of Knowledge" – Season 11* | Art21, Art21, 2023, 04:08-04:23).

²⁴ Voir annexe A9.

²⁵ Dans un registre familier, le terme anglais *creep* désigne une personne jugée désagréable et qu'il convient d'éviter (Cambridge Dictionary, 2026).

*President Trump Announces New Commemorative Months!*²⁶ formule la critique des Guerrilla Girls de manière beaucoup plus frontale. Dans ce cas de figure, le destinataire du message n'est plus simplement guidé comme il l'est dans l'affiche consacrée à la Cour suprême : la critique devient immédiatement perceptible et le travail d'interprétation qui lui est demandé s'en trouve réduit. Les faits ne sont plus seulement présentés, mais réinterprétés à travers un détournement satirique qui prend ici la forme de mois commémoratifs fictifs tels que « Ku Klux Klan Month » ou « Pray The Gay Away Month ». En remplaçant les véritables mois du calendrier par ces intitulés imaginaires, les Guerrilla Girls orientent davantage la lecture de leur message et réduisent le travail d'interprétation demandé au public.

Le langage satirique féministe que le collectif s'efforce d'employer n'est donc pas figé : il adapte son degré d'explicitation en fonction du contexte et du type de critique formulée. Cette souplesse constitue précisément l'un des mécanismes qui permettent aux Guerrilla Girls d'ajuster leur stratégie discursive aux différentes situations politiques qu'elles dénoncent.

Qu'il s'agisse de statistiques chiffrées ou de faits publics vérifiables, les Guerrilla Girls construisent ainsi un discours qui ne repose jamais sur la seule force de l'humour. En ancrant systématiquement leur critique dans des données objectives, elles rendent leur discours difficile à réfuter et légitiment leur combat féministe sur le long terme.

6.3. Une critique féministe accessible au plus grand nombre

Au-delà de la crédibilité qu'elles confèrent à leur discours, les Guerrilla Girls veillent également à le rendre accessible au plus grand nombre. Les membres du groupe militent expliquent elles-mêmes que cette accessibilité n'est pas une conséquence de leur communication, mais bien un choix communicationnel délibéré : « Nous voulons nous exprimer d'une manière que les gens peuvent facilement assimiler, et nous voulons produire quelque chose auquel tout le monde peut participer. » (Tate, 2018, 04:30-04:36)²⁷. Cette déclaration traduit une réelle volonté de démocratiser leurs messages. Une telle démarche poursuit plusieurs objectifs : éviter un langage élitiste, permettre à un maximum de personnes

²⁶ Voir annexe A10.

²⁷ Traduction libre des propos suivants : « We want to talk in a way that people can digest easily, and we want to produce something that everybody can be part of. » (Tate, *Guerrilla Girls – 'You Have to Question What You See'* | *Artist Interview* | *TateShots*, Tate, 2018, 04:30-04:36).

d'entendre leur réflexion et ne pas réserver leur discours à un public déjà sensibilisé à leur cause.

6.3.1. S'appuyer sur des références culturelles familières

Comme l'indiquent les analyses précédentes, les Guerrilla Girls ne demandent pas à leur public de découvrir un univers entièrement nouveau. En cohérence avec leur stratégie de détournement, elles s'appuient sur des références culturelles déjà familières, conscientes qu'un message est plus facilement compris lorsqu'il repose sur des codes que le destinataire maîtrise déjà.

*It's Not Apple Pie Without Ice Cream!*²⁸ en constitue une première illustration. Le public y reconnaît instantanément une référence à la culture américaine. Le contexte électoral américain de 2024 rend ce choix stratégique particulièrement explicite : pour espérer influencer un électorat large et diversifié, le message doit être immédiatement compréhensible, sans effort d'interprétation. En mobilisant une association aussi emblématique que la tarte aux pommes et la glace à la vanille, les Guerrilla Girls réduisent les barrières d'accès à la réflexion qu'elles souhaitent susciter. Le destinataire n'a pas à fournir un effort de compréhension important : il identifie immédiatement ce symbole.

Cette affiche possède un équivalent sud-coréen dans lequel l'emblématique tarte aux pommes accompagnée de sa boule de glace à la vanille est remplacée par deux éléments culinaires indissociables de la culture sud-coréenne : *It's not bibimbap without gochujang !*²⁹. Ici encore, le cœur du message ne tient pas au bibimbap lui-même, mais à la référence culturelle qu'il représente dans l'imaginaire sud-coréen. En adaptant l'affiche au contexte culturel du public visé, le groupe d'activistes adapte également sa communication au récepteur. Cette logique dépasse toutefois cette seule production. Le collectif s'appuie régulièrement sur des références et des formats déjà familiers au public, comme en témoigne *The Birth of Feminism*, qui reprend les codes de l'affiche cinématographique hollywoodienne afin de rendre sa critique immédiatement identifiable.

²⁸ Voir annexe A11.

²⁹ Voir annexe B3.

La démarche centrale réside donc dans l'adaptation des repères culturels. Les Guerrilla Girls ne transmettent pas un message universel en exploitant partout les mêmes références, mais en choisissant celles qui sont déjà familières au public auquel elles s'adressent. C'est précisément cette adaptation qui permet de rendre leur critique féministe immédiatement accessible.

6.3.2. Simplifier des concepts complexes par le jeu de mots

Si certains concepts issus des études féministes ou de l'histoire de l'art peuvent sembler abstraits pour un public non initié, les Guerrilla Girls développent différentes stratégies afin de réduire cette difficulté, notamment par le biais du jeu de mots. Ce procédé linguistique, au-delà de sa fonction humoristique, constitue un dispositif facilitant l'appropriation de notions parfois complexes. Il transforme un concept théorique en une formulation plus marquante, plus mémorable et plus facilement appropriable. Cette technique communicationnelle se manifeste notamment dans l'affiche *The Male Graze*³⁰. Ici, l'expression *the male gaze*, est détournée par l'ajout d'une seule lettre, transformant *gaze* (« regard ») en *graze* (« brouter » ou « consommer »). Cette tournure de phrase est d'ailleurs explicitée par les membres du groupe :

« Comment les historiens de l'art nomment-ils cette perspective machiste, hétérosexuelle et majoritairement blanche, propre à l'art européen et américain, qui représente les femmes comme des objets sexuels destinés au plaisir du regard masculin ? Le male gaze. Le male graze. [...] Lorsque nous avons examiné comment certains artistes masculins vénérés ont utilisé et maltraité les femmes dans leur vie réelle, nous avons vu plus que du regard. Nous avons vu de la consommation³¹. » (Guerrilla Girls, 2021, 00:01- 00:33)³².

Ce léger détournement orthographique attire immédiatement l'attention du lecteur en créant un effet de surprise. En associant un concept théorique aujourd'hui largement diffusé dans les

³⁰ Voir annexe A12.

³¹ Note de l'autrice : traduction libre. Le terme anglais "grazing" signifie littéralement "brouter", comme le ferait un animal qui se nourrit en continu dans un pré. Ce jeu de mots avec "gazing" (regarder) suggère ainsi une consommation passive et répétée du corps féminin par le regard masculin, semblable à la manière dont un animal broute continuellement de l'herbe. Cette nuance, propre à la langue anglaise, ne peut être pleinement rendue en français. Le jeu de mots est par ailleurs renforcé visuellement par l'encadrement en gazon qui entoure le titre de l'affiche, rappelant directement l'image du pâturage évoquée par le terme "grazing".

³² Traduction libre des propos suivants: «What do art historians call the macho, hetero, predominantly white male perspective in European and American art that depicts women as sexual objects for the pleasure of male viewers? The male gaze. The male graze. When we looked into how some revered male artists used and abused women in their real lives, we saw more than gazing. We saw grazing. » (Guerrilla Girls, *The Male Graze*, 2021, 00:01- 00:33).

discours médiatiques et sur les réseaux sociaux à une expression plus concrète et imagée, ce détournement en facilite la mémorisation tout en le rendant moins intimidant pour un public non spécialiste.

Cette méthode ne se limite cependant pas aux concepts théoriques. Elle apparaît aussi lorsque les Guerrilla Girls souhaitent rendre immédiatement perceptible une situation de discrimination. Reprenant l'exemple du Museum of Modern Art de New-York, l'iconographie *MoMA Loves DaDa Not MaMa* repose cette fois sur un jeu phonétique. Avant même de lire le texte explicatif, le lecteur comprend qu'une préférence est accordée au père plutôt qu'à la mère. Le slogan condense ainsi la critique dans une formule immédiatement intelligible, tandis que le texte qui l'accompagne vient ensuite en révéler le contexte précis. Ainsi, la compréhension de cette situation complexe de discrimination institutionnelle s'en trouve facilitée.

En définitive, le jeu de mots ne constitue pas uniquement un ressort humoristique. Il représente une véritable stratégie communicationnelle qui facilite l'accès à des concepts ou à des situations complexes sans en altérer le sens. Les Guerrilla Girls ne simplifient donc pas leur réflexion ; elles en simplifient l'accès.

6.3.3. Favoriser l'identification par l'adaptation du langage au public

Dans le but de rendre leur discours accessible à tous, les Guerrilla Girls ne se reposent pas uniquement sur des références culturelles ou sur des jeux de mots, elles passent par un registre de langue courant et le partage d'expériences collectives qui permettent de mieux s'identifier à leur combat et de mieux de se l'approprier. Cette accessibilité, elle dépend autant de la manière de le dire, que de ce qui est dit.

Cette tendance se confirme dans *The Advantages of Being a Woman Artist*³³. Les phrases du type « ton copain te largue pour quelqu'un de plus jeune »³⁴ y sont très employées. Le collectif privilégie intentionnellement un registre courant à un vocabulaire théorique et académique pour faciliter la compréhension du message de l'affiche. Néanmoins, les mots sélectionnés ne sont pas les seuls à être familiers : les situations aussi. Les Guerrilla Girls ancrent leur pensée dans des expériences communes, comme ici : « Voir ses propres idées reprises dans le travail des

³³ Voir annexe A13.

³⁴ Traduction libre des propos suivants : « your mate dumps you for someone younger ».

autres », « Savoir que sa carrière peut exploser après 80 ans » ou encore « Ne pas avoir à éviter le désagrément d'être appelée un génie ».³⁵ Ces phrases ne sont pas propres au secteur artistique, elles peuvent être transposables à une expérience féminine plus collective.

Cette recherche d'identification se retrouve également dans la diffusion internationale des affiches. Lorsque les Guerrilla Girls interviennent dans différents contextes culturels, elles déclinent plusieurs de leurs campagnes dans la langue du public auquel elles s'adressent, comme en témoignent les versions portugaise (*As Vantagens de Ser Uma Artista Mulher*)³⁶, espagnole (*Las Ventajas de Ser Mujer Artista*)³⁷, ou encore en malayalam de *The Advantages of Being a Woman Artist*³⁸, ainsi que la version espagnole de *Do Women Have to Be Naked to Get into the Met Museum?*³⁹. Ces adaptations témoignent d'une volonté de préserver un registre de langue immédiatement compréhensible pour les publics locaux plutôt que de défendre un anglais militant. Elles relèvent ainsi d'une véritable localisation du discours : l'objectif n'est pas uniquement de traduire le message, mais d'en préserver les effets communicationnels auprès de publics culturellement différents. Ce qui est ainsi conservé n'est pas uniquement le contenu du message, mais également la proximité instaurée avec le lecteur.

Ainsi, l'accessibilité ne constitue pas un simple effet secondaire du langage satirique des Guerrilla Girls, mais l'un des fondements de leur stratégie de communication. En mobilisant des références culturelles familières, des jeux de mots et un registre de langue proche du quotidien, le collectif facilite l'accès à des critiques parfois complexes. L'accessibilité apparaît ainsi comme un véritable levier d'appropriation du message, sans en atténuer la portée critique.

³⁵ Traduction libre des propos suivants : « Seeing your ideas live on in the work of others », « Knowing your career might pick up after you're eighty » ou encore « Not having to undergo the embarrassment of being called a genius » (voir annexe D1.).

³⁶ Voir annexe D2.

³⁷ Voir annexe D3.

³⁸ Voir annexe D4.

³⁹ Voir annexe D5.

7. Discussion

7.1. Les principaux mécanismes du langage satirique féministe des Guerrilla Girls

7.1.1. Un langage fondé sur le détournement des codes communicationnels et culturels

Les résultats de cette recherche montrent que le détournement constitue l'un des mécanismes centraux du langage satirique féministe des Guerrilla Girls. L'analyse met en évidence que le collectif privilégie la réappropriation de formes de communication préexistantes plutôt que la création de nouveaux dispositifs. Cette réappropriation concerne aussi bien des genres communicationnels, tels que la lettre ouverte, le slogan ou le cartel muséal, que des références culturelles, comme les affiches hollywoodiennes, certaines œuvres d'art ou encore les codes des discours institutionnels. Ces observations rejoignent la théorie de la resémantisation développée par Aladro-Vico et al. (2018), selon laquelle l'artivisme consiste à réinvestir des symboles, des images ou des codes existants afin de leur attribuer une nouvelle portée politique. L'analyse du corpus permet toutefois de préciser que cette resémantisation ne s'opère pas uniquement à travers des références artistiques ou culturelles, mais également par l'appropriation de genres communicationnels dont les principaux codes sont conservés avant d'être détournés de leur fonction première vers une critique féministe.

Cette stratégie fait écho aux recherches de Christopher (2024), qui montre que les pratiques artistiques mobilisent une mémoire collective en s'appuyant sur des références culturellement partagées. Les Guerrilla Girls exploitent précisément cette mémoire en réinvestissant des références et des formats déjà connus du public. Cette familiarité permet alors au destinataire de percevoir plus facilement le détournement opéré et d'en comprendre la portée critique. Le maintien de ces codes n'est donc pas anodin. Cette observation rejoint les propos de Skalicky (2019), selon lesquels la reconnaissance de l'intention satirique dépend notamment de l'existence de références partagées entre l'émetteur et son destinataire. Dans le cas des militantes étudiées, ces références ne se limitent pas au sujet abordé : elles concernent également les formes de communication en elles-mêmes.

L'analyse met ainsi en évidence le recours au détournement comme principe majeur de leur langage satirique féministe, et non simplement comme un procédé rhétorique mobilisé ponctuellement.

7.1.2. Un langage qui articule humour et démonstration

Le deuxième constat qui se dégage de l'analyse concerne l'association récurrente par les Guerrilla Girls, de procédés humoristiques et d'éléments de démonstration. Dans ce mémoire, la démonstration renvoie à l'ensemble des éléments factuels mobilisés par les Guerrilla Girls (statistiques, données chiffrées, références historiques ou événements d'actualité, comme les élections américaines) qui participent à la construction de leur critique satirique. Ces éléments ne s'ajoutent pas au discours de manière accessoire, mais constituent des composantes à part entière du langage satirique développé par le collectif.

En 2018, Richard s'exprimait sur l'aptitude persuasive de la satire et insistait sur le fait qu'elle ne renvoyait pas uniquement à une simple manière de s'exprimer. D'après l'autrice, la satire poursuit un objectif précis, celui d'exercer une influence sur un auditoire. Les observations résultant de l'examen de mon corpus confirment cette tendance, en mettant en évidence que les Guerrilla Girls cherchent effectivement à influencer les représentations qui régissent le monde de l'art et de la culture. Si mes résultats s'inscrivent dans la continuité des travaux de Richard concernant la finalité persuasive du discours satirique, ils permettent également d'en préciser le mécanisme communicationnel. Cette réflexion sur les ressorts du discours satirique rejoint également les observations de Rhyner (2015), qui considère la satire comme une stratégie centrale de la communication militante des Guerrilla Girls. L'analyse du corpus montre toutefois que cette stratégie humoristique ne constitue jamais un procédé autonome. Mon étude s'accorde avec les propos de Rhyner (2015), mais elle apporte une précision importante : le rire ne représente pas l'unique composante du langage satirique des Guerrilla Girls. Il s'inscrit dans une argumentation aux multiples facettes où humour et démonstration se renforcent mutuellement.

Les travaux retenus dans la revue de littérature décrivent l'humour, la satire et leur portée critique. En revanche, l'analyse du corpus révèle une complémentarité systématique entre ces procédés et une démarche démonstrative dans le cas des Guerrilla Girls. Les statistiques, les chiffres, les données et les références participent pleinement à la construction du langage

satirique féministe. L'analyse suggère que ces deux procédés sont sollicités de manière complémentaire. Aucun n'occupe un rôle secondaire : ils participent conjointement à la construction de la critique. Dans le corpus étudié, la démarche démonstrative ne se réduit pas à une simple composante complémentaire exploitée pour apporter quelques preuves. Si Elrick (2016) explique que l'humour permet d'aborder des sujets sérieux, l'analyse montre que les Guerrilla Girls ne se reposent pas uniquement sur le rire. Elles crédibilisent leur discours satirique au moyen de faits et de statistiques vérifiables par tous.

En définitive, mon analyse révèle que la force du langage satirique féministe des Guerrilla Girls ne réside pas simplement dans l'utilisation du rire, mais dans la combinaison de celui-ci et d'une argumentation étayée par des preuves. Cette stratégie leur permet de préserver une critique percutante et crédible.

7.1.3. Le langage satirique au service de la médiation des enjeux féministes

Une autre caractéristique essentielle du langage satirique féministe des Guerrilla Girls mise en évidence au cours de cette recherche est son accessibilité. Malgré le caractère accessible de sa communication, le collectif ne simplifie ni ses propos, ni les enjeux qu'il aborde. Il construit au contraire des dispositifs qui facilitent l'appropriation de ses messages. Cette stratégie se manifeste dans plusieurs de leurs productions, telles que *The Advantages of Being a Woman Artist*⁴⁰ qui mobilise un langage assez familier, *The Male Graze*⁴¹ qui détourne une expression courante ou encore les multiples traductions et adaptations culturelles de leurs affiches.

Le groupe activiste new-yorkais s'inscrit alors dans la théorie d'Elrick (2016), selon laquelle l'humour vulgarise les sujets complexes et permet d'élargir certains débats à un plus grand public. Si les résultats de l'étude menée indiquent que le collectif exploite effectivement cette fonction pédagogique, ils soulignent également le caractère délibéré de cette accessibilité, qui s'appuie aussi sur des jeux de mots, des références familières et un niveau de langue familier. Ces observations mettent en lumière la fonction de médiation assurée par le langage satirique féministe des Guerrilla Girls.

⁴⁰ Voir annexe A13.

⁴¹ Voir annexe A12.

Les observations issues de cette recherche conduisent toutefois à nuancer les propos d'Elrick (2016) sur la vulgarisation du discours. Leng (2020) rappelle en effet que rendre un discours plus accessible ne signifie pas le rendre moins sérieux. Selon elle, la vulgarisation ne diminue pas le sérieux du discours ; elle le rend simplement moins élitiste. A l'instar de l'étude de Leng (2020), les enseignements de ce mémoire montrent que les affiches des Guerrilla Girls restent critiques et abordent toujours aussi sérieusement des sujets comme le patriarcat, les discriminations systémiques ou les inégalités structurelles. Ces enjeux sont simplement abordés de manière à être plus facilement appropriables. A travers cette méthode, les militantes ne simplifient pas la pensée féministe, elles simplifient son accès.

Concernant l'utilisation du registre linguistique informel, l'analyse du corpus montre également que les résultats obtenus s'accordent avec ceux de Rhyner (2015). L'autrice déclare en effet que l'exploitation d'un langage non-académique dans le cas des Guerrilla Girls est un choix stratégique qui permet de toucher plus de monde. Ma recherche précise la manière dont cette stratégie est mise en œuvre, notamment grâce aux jeux de mots, aux références communes et au registre linguistique courant qui, selon Richard (2018), facilitent la compréhension du message. Pour autant, l'analyse des affiches révèle que le groupe militant étudié dans ce mémoire n'explore pas que des références universelles, mais aussi des formes communicationnelles immédiatement reconnaissables comme le format épistolaire, les slogans ou les cartels muséaux. Dans une optique similaire, les traductions observables dans les productions des Guerrilla Girls ne tendent pas vers une traduction littérale. Alors que le collectif conserve le registre et l'intention politique de l'affiche originale, il adapte son langage au contexte culturel dans lequel évolue chaque version de leurs productions. L'objectif est ainsi de préserver l'accessibilité du message tout en conservant sa portée critique.

Les développements précédents montrent que le pouvoir pédagogique de l'humour ne constitue qu'une composante de l'accessibilité du langage satirique des Guerrilla Girls. Cette dernière repose plus largement sur une stratégie de médiation fondée sur l'articulation de plusieurs procédés, tels que les jeux de mots, les références familières, le registre courant ou encore les adaptations culturelles. Ensemble, ces éléments favorisent l'appropriation de la critique développée par les Guerrilla Girls. Loin de rendre les enjeux féministes moins complexes, ces dispositifs permettent à un public diversifié de prendre part à des problématiques souvent perçues comme trop compliquées ou réservées aux initiés.

7.1.4. Le langage satirique comme stratégie d'activisme

Une fois combinés, les mécanismes développés dans les sections ci-dessus forment une véritable stratégie de communication. Intrinsèquement interdépendants, le détournement, l'humour, la démonstration et la médiation s'inscrivent dans une même logique communicationnelle : leur articulation constitue le langage satirique féministe des Guerrilla Girls. En mobilisant conjointement ces différents procédés, le collectif s'appuie sur la satire pour intervenir dans le débat public. Ce registre discursif dépasse ainsi la seule dénonciation des inégalités. En effet, il contribue à une stratégie d'activisme destinée à visibiliser les rapports de domination, interpeller les institutions artistiques et favoriser une prise de conscience collective susceptible de transformer les représentations sociales qui contribuent à légitimer ces inégalités.

Cette interprétation rejoint les travaux consacrés à l'activisme, qui envisagent l'art comme un moyen d'intervenir dans les débats sociaux et politiques par le biais de la communication. Aladro-Vico et al. (2018) défendent l'idée que ce courant dépasse le simple mélange d'art et de militantisme. Il s'ancre dans une véritable volonté de faire de l'art un outil de communication. L'œuvre n'est donc pas une fin en soi : elle devient un moyen d'intervenir dans l'espace public, de susciter des débats et d'encourager une réflexion critique. Les Guerrilla Girls élaborent un langage dans lequel le détournement, l'humour, la démonstration et la médiation sont articulés. Cette combinaison vise à accroître la visibilité, la mémorisation et l'accessibilité de leur critique. Les procédés auxquels elles recourent dépassent de simples choix esthétiques : chacun d'eux est pensé au service d'une intervention sociale, faisant de leurs affiches de véritables instruments de contestation.

De plus, les productions du collectif ne relèvent autant de l'art que du militantisme. L'analyse a en effet montré que la satire gagne en force argumentative lorsqu'elle est associée à des statistiques ou à d'autres preuves tangibles. Cette interdépendance témoigne concrètement de l'hybridité de l'activisme, telle que définie par Mandolini (2022).

Si certaines productions de ces militantes dénoncent avant tout des inégalités, d'autres proposent une autre manière de les appréhender. Durant ces quatre dernières décennies, les membres du groupe se sont efforcées de visibiliser des femmes exclues des récits institutionnels, en remettant en question l'écriture dominante de l'histoire de l'art. Remettre ces femmes sur le devant de la scène à travers des œuvres comme *The Advantages of Being a*

*Woman Artist*⁴² invite le public à considérer la réalité de ces artistes et leur contribution au secteur artistique. Cette démarche rejoint la conception de Christopher (2024), pour qui les artistes agissent comme des intermédiaires culturels capables de remettre en circulation des récits marginalisés et de proposer d'autres cadres de lecture. Le langage satirique féministe des Guerrilla Girls ne sert donc pas uniquement à dénoncer ; il invite également le public à reconsidérer les récits dominants du point de vue des groupes historiquement marginalisés.

7.2. Limites et nuances

7.2.1. Les limites du procédé satirique

Cette étude met en lumière l'efficacité du langage satirique féministe des Guerrilla Girls. L'association de multiples procédés, tels le détournement, l'humour, la démonstration et la médiation, confère à leur critique un caractère à la fois accessible et percutant. Il est en revanche nécessaire de nuancer ces observations au regard des limites identifiées dans la littérature.

Les travaux de Richard (2018), Skalicky (2019), Li et al. (2020) et Leng (2020) rappellent que la satire peut donner lieu à des incompréhensions, des interprétations divergentes ou passer inaperçue lorsque les références mobilisées ne sont pas partagées par le public. Il n'en demeure pas moins que le groupe activiste déploie des mécanismes, comme ceux mentionnés ci-dessus, qui limitent ces risques. À titre d'exemple, les traductions et les adaptations de leurs productions aux contextes géographiques, culturels et linguistiques permettent aux Guerrilla Girls de proposer à leurs audiences une version plus facilement appropriable de leur réflexion. À cet égard, leur décision d'opter pour un langage non-académique remplit la même fonction.

Malgré cela, une certaine complexité interprétative perdure dans certaines affiches. C'est notamment le cas de *The Male Gaze*⁴³, dont la compréhension suppose des connaissances préalables en études de genre, le concept de *male gaze* ne pouvant être considéré comme universellement connu. Ces résultats corroborent les conclusions de Leng (2020), selon lesquelles l'efficacité de la satire demeure en partie tributaire des références culturelles et des connaissances de son public.

⁴² Voir annexe A13.

⁴³ Voir annexe A12.

Le langage satirique des Guerrilla Girls apparaît ainsi comme un dispositif communicationnel atténuant certaines limites traditionnellement associées à la satire, sans toutefois pouvoir les éliminer totalement.

7.2.2. Les limites propres aux Guerrilla Girls

Si ce mémoire a permis de démontrer l'efficacité du langage satirique féministe des Guerrilla Girls, ce n'est pas pour autant que le collectif est exempt de critiques. Plusieurs auteurs, dont Leng (2020), Maes (2023) et Fagundes-Ausani (2023) rappellent que ce groupe militant fait l'objet de débats, notamment au sujet d'un manque d'intersectionnalité ou la place qu'il accorde aux femmes racisées. Des questions relatives à de possibles appropriations culturelles ont également été soulevées par certaines membres du collectif. Elles concernent les noms d'artistes racisés empruntés par des Guerrilla Girls blanches, sans que celles-ci saisissent les enjeux historiques et politiques. Ces critiques invitent à nuancer la portée des résultats de cette recherche.

Dans le corpus étudié, la critique féministe portée par les Guerrilla Girls est majoritairement formulée à travers une opposition entre les femmes et les hommes, tandis que les autres rapports de domination sont plus rarement explicités. La majorité des affiches analysées dénoncent les inégalités entre hommes et femmes de manière générale. Finalement, peu d'entre elles établissent des distinctions entre la réalité des femmes blanches et celle des femmes racisées, transgenres, ou d'autres groupes minoritaires. L'affiche *The Anatomically Correct⁴⁴ Oscar* constitue l'une des rares exceptions du corpus, mettant également en lumière la surreprésentation des hommes blancs dans l'industrie cinématographique, sans généraliser les expériences des différents groupes minorisés.

Les vécus des femmes diffèrent selon les autres formes de discrimination auxquelles elles sont confrontées (origine, identité de genre, situation sociale). Ces résultats convergent avec les analyses de Leng (2020), Maes (2023) et Fagundes-Ausani (2023). Ils ne remettent pas en cause les mécanismes communicationnels identifiés, mais montrent plutôt que le contenu militant du collectif peut être discuté indépendamment de l'efficacité de son langage satirique.

⁴⁴ Voir annexe A7.

7.2.3. Les limites de cette recherche

En complément des apports de cette recherche, plusieurs limites méritent d'être soulignées. Les Guerrilla Girls sont un collectif originaire des Etats-Unis d'Amérique dont les productions s'inscrivent dans un contexte politique, culturel et artistique spécifique. De ce fait, certaines affiches figurant dans mon corpus d'étude mobilisent des références ainsi que des jeux de mots dont la compréhension nécessite une connaissance fine du contexte culturel et linguistique américain. En tant que Belge francophone, certains de ces codes échappent à ma maîtrise. Il était donc nécessaire d'effectuer donc un important travail de documentation et contextualisation en amont afin de limiter les biais d'interprétation. En dépit de ces précautions, certaines subtilités ont pu ne pas être totalement saisies lors de l'analyse. Cette limite ne remet toutefois pas en cause les résultats obtenus, mais conduit à nuancer leur portée au regard des biais qui ont pu subsister.

8. Conclusion

Ce que les Guerrilla Girls ont compris, c'est qu'il est possible de faire évoluer les mentalités faisant rire. Il reste toutefois à déterminer comment y parvenir. Comment les Guerrilla Girls s'approprient-elles le langage satirique féministe ? Cette interrogation constitue le point de départ de ce mémoire, qui vise à analyser les procédés par lesquels le collectif construit ce langage.

Pour y répondre, une revue de littérature a d'abord permis d'approfondir la compréhension des principaux concepts mobilisés dans cette recherche, notamment l'artivisme, la satire ainsi que les enjeux de l'activisme féministe à l'ère du numérique. La définition d'un cadre théorique a ensuite mis en évidence qu'une image est à la fois productrice de sens et porteuse d'un véritable discours. Les travaux présents dans cette section ont également souligné la nécessité d'articuler sémiotique sociale et analyse du discours pour saisir pleinement la portée communicationnelle des productions iconographiques. Ces apports théoriques ont par ailleurs guidé l'élaboration du dispositif méthodologique.

Au terme de cette étude, l'examen empirique du corpus a permis d'apporter des éléments de réponse à la question de recherche et de mettre en évidence plusieurs stratégies récurrentes. En définitive, les Guerrilla Girls n'adoptent pas un ton satirique dans le seul but de provoquer ou de faire rire. Ce choix n'est pas anodin et relève d'un vrai positionnement méthodique et réfléchi. Les résultats laissent apparaître que le collectif met à profit les atouts communicationnels de la satire. Les observations menées dans ce mémoire montrent néanmoins que cette efficacité ne repose jamais sur la satire seule : celle-ci est systématiquement mise au service de la critique féministe aux côtés d'autres procédés. Toutefois leur collaboration ne peut être réduite à une simple juxtaposition de dispositifs. Ils ne s'additionnent pas : ils fonctionnent ensemble et se renforcent mutuellement.

L'analyse a permis d'identifier trois dispositifs principaux. Le premier est le détournement : le groupe new-yorkais s'approprie des formats de communication préexistants (genres épistolaires, codes institutionnels, références culturelles) pour les retourner contre les structures de pouvoir qu'il dénonce. En réinvestissant des formes et des références déjà connues du public, le détournement facilite l'identification du message tout en réactivant une mémoire culturelle collective. Le deuxième moyen est l'articulation entre humour et démonstration : le rire est toujours soutenu par une argumentation factuelle, en l'occurrence, de statistiques, de

l'actualité ou d'autres faits tangibles. Cette tactique renforce de crédibilité à son discours en l'éloignant d'un récit exclusivement personnel, considéré comme subjectif et ponctuel. La troisième technique est l'accessibilité : à travers les jeux de mots, les références culturelles familières, le registre linguistique courant et les adaptations culturelles, le collectif construit délibérément un langage immédiatement compréhensible par un public large et diversifié. Ensemble, ces trois mécanismes constituent le langage satirique féministe des Guerrilla Girls. Autrement dit, leur langage ne repose pas uniquement sur un ressort humoristique, mais sur la combinaison de stratégies complémentaires qui facilitent à la fois la compréhension, la mémorisation et l'appropriation du message. Cette approche communicationnelle dépasse la simple dénonciation pour favoriser une remise en question des représentations sociales qui participent au maintien des rapports de domination.

Cette recherche invite à considérer les productions des Guerrilla sur le plan communicationnel, au-delà de l'angle satirique. La satire seule ne suffit pas à saisir la complexité de leur communication. Employer la notion de langage satirique féministe plutôt que celle de satire traduit mieux le caractère systémique de leur stratégie. Ce choix terminologique prend ici tout son sens. En effet, les résultats de cette étude correspondent parfaitement au concept de langage, entendu comme l'expression d'une pensée par le biais d'un ensemble de signes. Cet écrit démontre ainsi que le langage satirique féministe des Guerrilla Girls ne se réduit pas à un procédé unique, mais incarne un système communicationnel cohérent et articulé.

Au-delà des conclusions qu'il présente, ce mémoire ouvre également plusieurs perspectives susceptibles d'approfondir la compréhension du langage des Guerrilla Girls. Si ce travail universitaire met en évidence les mécanismes communicationnels employés par le groupe de militantes, la littérature scientifique laisse également penser que ceux-ci favorisent l'efficacité des procédés satiriques. En revanche, les recherches menées ne permettent pas de savoir comment ils sont compris, interprétés ou mémorisés par les différents publics. Il serait alors intéressant d'élargir la focale. Premièrement, de futures études pourraient s'interroger sur la réception des productions du collectif dans divers contextes culturels. Ainsi, les publics américain, espagnol ou indien sont susceptibles d'interpréter différemment les affiches du collectif. Analyser un corpus plus large contribuerait à une compréhension plus complète du phénomène. Par ailleurs, mon corpus a été constitué à partir d'Instagram, plateforme sur laquelle le collectif est le plus actif. Explorer ses autres espaces de diffusion pourrait apporter des éclairages complémentaires. Enfin, comparer la stratégie de communication des Guerrilla Girls

à celle d'autres groupes activistes féministes pourrait permettre d'identifier d'éventuelles tendances communes.

9. Bibliographie

Aladro-Vico, E., Jivkova-Semova, D., & Bailey, O. (2018). Artivism: A new educative language for transformative social action. *Comunicar*, 26(57), 09–18.

<https://doi.org/10.3916/c57-2018-01>

Amnesty International Belgique. (21 avril 2026). *Afghanistan - Rapport annuel 2026*.

amnesty.be. <https://www.amnesty.be/infos/rapports-annuels/rapport-annuel-2025-2026/rapport-annuel-2026-moyen-orient-afrique-nord/article/afghanistan>

Anthropic. (2025). *Claude* [Large language model]. <https://claude.ai>

Art21. (19 juillet 2023). *Guerrilla Girls in “Bodies of Knowledge” - Season 11 | ART21*

[Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=XjsN-yWxNPE>

Besson, G. (2010). L’humour, ressource personnelle et collective dans l’action sociale. *Vie Sociale*, N° 2(2), 49–58. <https://doi.org/10.3917/vsoc.102.0049>

Cambridge Dictionary. (2026). *Creep*.

<https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/creep>

Centre Pompidou. (s.d.). *Focus sur les Guerrilla Girls*.

<https://www.centrepompidou.fr/fr/offre-aux-professionnels/enseignants/dossiers-ressources-sur-lart/art-et-feminismes/focus-sur-les-guerrilla-girls>

Christopher, A. M. (2024). From Silence to Canvas: The role of Artivism in Transforming gender and Sexuality Norms. *Sexuality & Culture*, 29(1), 97–121.

<https://doi.org/10.1007/s12119-024-10256-6>

Claude, G. (22 octobre 2019). *Étude qualitative : définition, techniques, étapes et analyse*.

Scribbr. <https://www.scribbr.fr/methodologie/etude-qualitative/>

- Dagorn, J. (2011). Les trois vagues féministes – une construction sociale ancrée dans une histoire. *Diversité*. <https://hal.science/hal-02053657/>
- Dubois-Charlier, F., & Harris, Z. S. (1969). ANALYSE DU DISCOURS. *Langages*, 13, 8–45. <https://www.jstor.org/stable/41680697>
- Dumez, H. (2011). Qu'est-ce que la recherche qualitative ? *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/241759068_Qu'est-ce_que_la_recherche_qualitative
- Elrick, K. (2016). *Ironic Feminism: Rhetorical critique in satirical news*. Clemson OPEN. https://tigerprints.clemson.edu/all_dissertations/1847
- Fagundes-Ausani, M. (2023). *Le monde social du médiactivisme féministe numérique : les trajectoires entre le journalisme, l'activisme en ligne et le militantisme politique*. <https://theses.hal.science/tel-04839742/>
- Frilet, C. (27 avril 2026). Recul des droits des femmes dans le monde : une bascule qui n'est pas née avec Donald Trump. *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/idees/article/2026/04/27/recul-des-droits-des-femmes-dans-le-monde-une-bascule-qui-n-est-pas-nee-avec-donald-trump_6683610_3232.html?srltid=AfmBOorqPkNtqswPy6zwwGO5I_MT3c0Kelzstbm_Aq0P3LkQ_-eHDMSn
- Guerrilla Girls (@guerrillagirls). *photo Instagram*. (s.d.). Instagram. <https://www.instagram.com/p/B8jxztWIHm1/>
- GUERRILLA GIRLS. (11 août 2016). *GirlsPlaining Museum Ludwig* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=WMx8DouJvTA>
- Guerrilla Girls. (2020). *The art of behaving badly*. Chronicle Books.
- GUERRILLA GIRLS. (7 juin 2021). *The Male Graze* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=WTzPxzXU73Y>
- Guilhaumou, J. (2002). *Le corpus en analyse de discours : perspective historique*. <https://journals.openedition.org/corpus/8>

- Holm, N. (2023). The limits of satire, or the reification of cultural politics. *Thesis Eleven*, 174(1), 81–97. <https://doi.org/10.1177/07255136231154266>
- Joly, M., & Martin, J. (2021). Introduction à l'analyse de l'image. In *Armand Colin eBooks*. <https://doi.org/10.3917/arco.joly.2021.01>
- Keller, R. (2007). L'analyse de discours du point de vue de la sociologie de la connaissance : une perspective nouvelle pour les méthodes qualitatives. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/330210989_L'analyse_de_discours_du_point_de_vue_de_la_sociologie_de_la_connaissance_une_perspective_nouvelle_pour_les_methodes_qualitatives
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2020). Reading images. In *Routledge eBooks*. <https://doi.org/10.4324/9781003099857>
- Larousse. (s.d.). *Définitions : guérilla - Dictionnaire de français Larousse*. <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/gu%C3%A9rilla/38508>
- Legal Information Institute. (2022). *Dobbs v. Jackson Women's Health Organization (2022)*. Cornell Law School. [https://www.law.cornell.edu/wex/dobbs_v._jackson_women's_health_organization_\(2022\)](https://www.law.cornell.edu/wex/dobbs_v._jackson_women's_health_organization_(2022))
- Leng, K. (2016). When Politics were Fun: Recovering a history of humour in U.S. feminism. In *Synoptique*. <https://synoptiqueblog.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/07/2-kirsten-leng-when-politics-were-fun-recovering-a-history-of-humour-in-u-s-feminism.pdf>
- Leng, K. (2020). Art, Humor, and Activism: The Sardonic, Sustaining Feminism of the Guerrilla Girls, 1985–2000. *Journal of Women's History*, 32(4), 110–134. <https://doi.org/10.1353/jowh.2020.0042>
- Li, L., Levi, O., Hosseini, P., & Broniatowski, D. (2020). *A Multi-Modal Method for Satire Detection using Textual and Visual Cues*. ACL Anthology. <https://aclanthology.org/2020.nlp4if-1.4/>
- Maes, J. (2023). *Les Guerrilla Girls, le collectif féministe qui montre les dents aux galeries d'art*. Kingkong. <https://kingkong-mag.com/les-guerrilla-girls-le-collectif-feministe/>

Maingueneau, D., & Cossutta, F. (1995). L'ANALYSE DES DISCOURS CONSTITUANTS. *Langages*, 117, 112–125. <https://www.jstor.org/stable/23906733>

Mandolini, N. (2022). Wonder feminisms: comics-based activism against gender violence in Italy, intersectionality and transnationalism. *Journal of Graphic Novels & Comics*, 14(4), 535–555. <https://doi.org/10.1080/21504857.2022.2135551>

Naked Through the Ages — Guerrilla girls. (s.d.). Guerrilla Girls. <https://guerrillagirls.squarespace.com/naked-through-the-ages>

Okwir, N. A. (2025). Art and Activism: Exploring the Works of Contemporary Artists. *Research Output Journal of Arts and Management*, 4(1), 18–24. <https://doi.org/10.59298/rojam/2025/411824>

Pavard, B. (2018). Faire naître et mourir les vagues : comment s'écrit l'histoire des féminismes. *Itinéraires*, 2017–2. <https://doi.org/10.4000/itineraires.3787>

Poell, T., & José, V. D. (2015). *Social media and activist communication*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2624911

PROJECTS/POSTERS/VIDEOS — Guerrilla girls. (s.d.). Guerrilla Girls. <https://guerrillagirls.squarespace.com/projects>

Rastier, F. (2001). L'action et le sens. *Journal Des Anthropologues*, 85–86, 183–219. <https://doi.org/10.4000/jda.2941>

Rhyner, S. L. (2015). *Satirical warfare: Guerrilla Girls' performance and activism from 1985-1995 - ProQuest*. <https://www.proquest.com/docview/1689899053?fromopenview=true&pq-origsite=gscholar&fromunauthdoc=true&sourcetype=Dissertations%20&%20Theses>

Richard, M. (2016). *Enjeux de pouvoir et discours satirique dans l'œuvre en prose de Jonathan Swift*. <https://hal.science/hal-02326587/>

Richard, M. (2018). *L'ambiguïté du message satirique en prose chez Jonathan Swift*. <https://hal.science/hal-02326758/document>

Rou, C. (2026, July 1). *Que veut dire “hater” - définition et exemples* | SlangZone. SlangZone. <https://www.slangzone.net/fr/word/hater>

Saint-Martin, L., & Gibeau, A. (2013). « Exit les oreilles » : parodie, ironie et humour féministes dans *Nunuche* et *Nunuche gurlz*. *Recherches Féministes*, 25(2), 25–41. <https://doi.org/10.7202/1013521ar>

Sauzon, V. (2012). Le rire comme enjeu féministe : une lecture de l’humour dans *Les mouflettes d’Atropos* de Chloé Delaume et *Baise-moi* de Virginie Despentes. *Les Voies Secrètes de L’humour des Femmes*, N°25. <https://doi.org/10.7202/1013523ar>

Skalicky, S. (2019). Investigating satirical discourse processing and comprehension: the role of cognitive, demographic, and pragmatic features. *Language and Cognition*, 11(3), 499–525. <https://doi.org/10.1017/langcog.2019.30>

Suisse, R. T. (13 mars 2022). “*Aux vannes, citoyens !*” décrypte l’humour en politique : interview de Charline Vanhoenacker. rts.ch. <https://www.rts.ch/audio-podcast/2022/audio/aux-vannes-citoyens-decrypte-l-humour-en-politique-interview-de-charline-vanhoenacker-25807897.html>

Swank, E., & Fahs, B. (2017). Understanding Feminist Activism among Women: Resources, Consciousness, and Social Networks. *Socius Sociological Research for a Dynamic World*, 3. <https://doi.org/10.1177/2378023117734081>

Tate. (5 octobre 2018). *Guerrilla Girls – “You have to question what you see”* | Artist interview | TateShots [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=8uKg7hb2yoo>

Tate. (s.d.). *Who are the Guerrilla Girls?* | Tate. <https://www.tate.org.uk/art/artists/guerrilla-girls-6858/who-are-guerrilla-girls>

The anatomically correct Oscar by Guerrilla Girls. (s.d.). National Gallery of Art. <https://www.nga.gov/artworks/139873-anatomically-correct-oscar>

The Art Assignment. (4 novembre 2016). *Complain creatively*. | *The Guerrilla Girls* | *The Art Assignment* | PBS Digital Studios [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=5i5cEhd6Vt8>

The Late Show with Stephen Colbert. (14 janvier 2016). *Guerrilla Girls Talk The History Of Art vs. The History Of Power* [Video]. YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=FxQB2fU1_g

THE MALE GRAZE. (s.d.). <https://www.themalegraze.com/>

The Museum of Modern Art. (15 mars 2007). *The Guerrilla Girls at the Feminist Future Symposium, MOMA* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=EHVBZh5HBgc>

Une odalisque, dite La grande odalisque. (s.d.). Musée Du Louvre.

<https://collections.louvre.fr/ark:/53355/cl010065566>

Weldon, S. L., Lusvardi, A., Kelly-Thompson, K., & Forester, S. (2023). Feminist waves, global activism, and gender violence regimes: Genealogy and impact of a global wave.

Women S Studies International Forum, 99, 102781.

<https://doi.org/10.1016/j.wsif.2023.102781>

10. Annexes

Table des matières des annexes

A. Corpus principal

A1. <i>The Birth of Feminism</i> (2001)	
A2. <i>Dearest Art Collector</i> (1986)	
A3. <i>Dear Boss</i> (2018)	
A4. <i>3 ways to write a museum wall label when the artist is a sexual predator</i> (2018).....	
A5. <i>MoMa loves DaDa not MaMa</i> (2018).....	
A6. <i>Do women have to be naked to get into the Met. Museum?</i> (1989)	
A7. <i>The Anatomically Correct Oscar</i> (2002).....	
A8. <i>How many works by women artists were in the Andy Warhol and Tremaine auctions at Sotheby's?</i> (1989).....	
A9. <i>Meet the creeps who stripped away our abortion rights</i> (2022).....	
A10. <i>President Trump announces new commemorative months!</i> (2016).....	
A11. <i>It's not apple pie without ice cream!</i> (2023).....	
A12. <i>The Male Graze</i> (2020).....	
A13. <i>The Advantages of Being a Woman Artist</i> (1988).....	

B. Références iconographiques mobilisées dans l'analyse

B1. <i>La Grande Odalisque</i> (Ingres, 1814)	
B2. <i>Do Women Have to Be Naked to Get into Music Videos?</i> (2013)	
B3. <i>It's Not Bibimbap Without Gochujang!</i> (2023)	

C. Variantes et réactualisations

C1. <i>Do women have to be naked to get into the Met. Museum?</i> (2005)	
C2. <i>Do women have to be naked to get into the Met. Museum?</i> (2012)	
C3. <i>Do women have to be naked to get into the Met. Museum?</i> (2025)	

D. Adaptations linguistiques

D1. <i>The Advantages of Being a Woman Artist</i> (FR, 2016)	
--	--

- D2. *The Advantages of Being a Woman Artist (PT, 2017)*
- D3. *The Advantages of Being a Woman Artist (ES, 2017)*
- D4. *The Advantages of Being a Woman Artist (Malayalam, 2018)*
- D5. *Do Women Have to Be Naked to Get into the Met. Museum? (ES, 2018)*

E. Outils méthodologiques

- E1. *Grille d'analyse des affiches*
- E2. *Exemple de grille complétée : The Birth of Feminism*

A. Corpus principal

A1. *The Birth of Feminism* (2001)

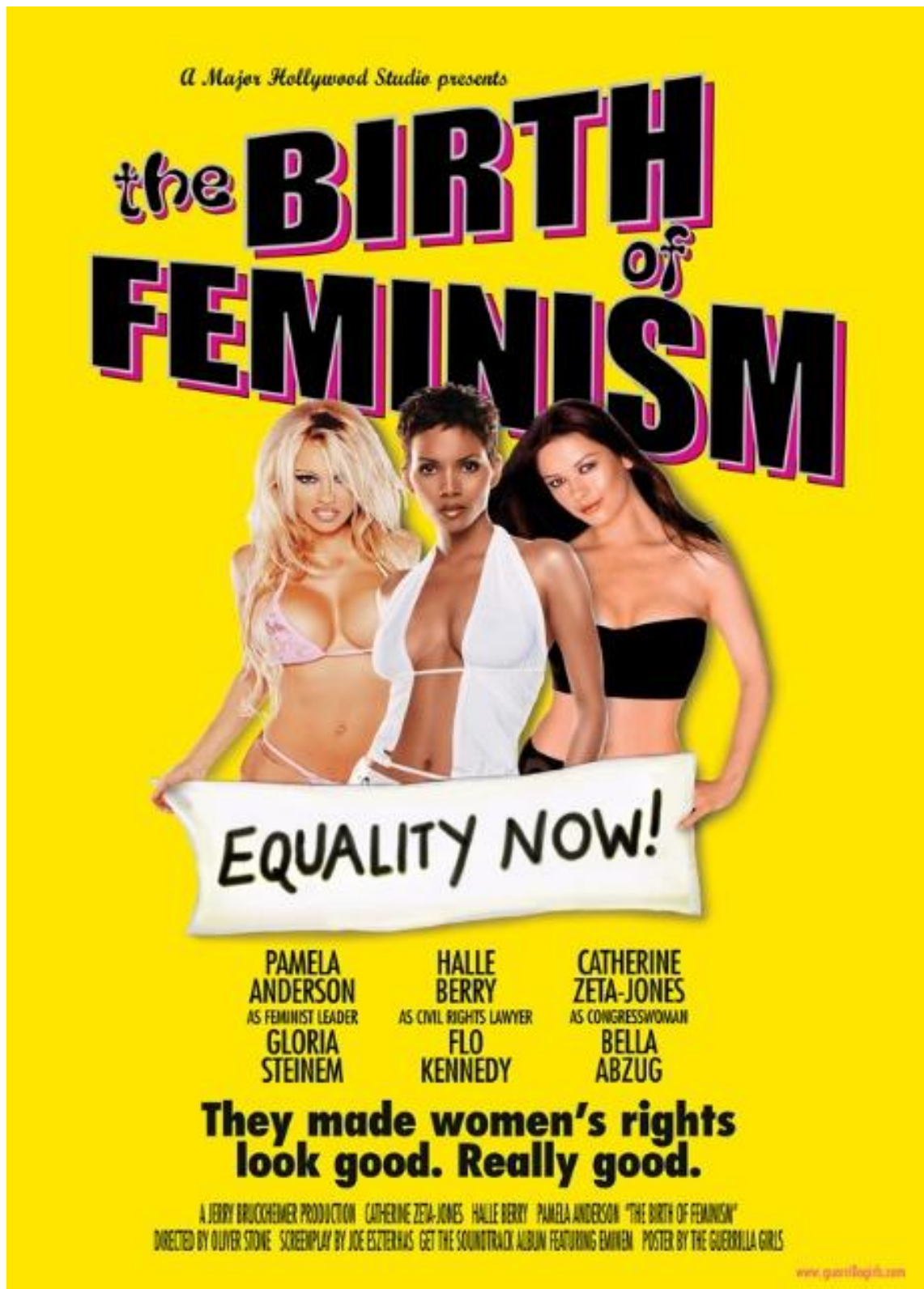


Image provenant du [site officiel des Guerrilla Girls](http://www.guerrillagirls.com)



Dearest Art Collector,
It has come to our
attention that your
collection, like most,
does not contain
enough art by women.

We know that you
feel terrible about this
and will rectify the
situation immediately.

All our love,
Guerrilla Girls

BOX 1056, COOPER STA., NY NY 10276

A3. *Dear Boss* (2018)



Image provenant du compte [Instagram officiel des Guerrilla Girls](#)

A4. *3 ways to write a museum wall label when the artist is a sexual predator* (2018)



Image provenant du [site officiel des Guerrilla Girls](#)

A5. MoMa loves DaDa not MaMa (2018)

MOMMA
Loves
DADA
Not
MAMA

**Chief Curator at MoMA PS1 makes, then withdraws,
job offer to a woman after she has a baby.**



**Woman files Complaint, wins, and MoMA PS1 is forced
to change its policies.**



**The upshot: she's unemployed, but when Chief Curator
became a dad he got parental leave!**

A message from the Guerrilla Girls

<https://www.nytimes.com/2019/03/26/arts/design/moma-ps1-settles-with-curator-who-said-giving-birth-cost-her-job-offer.html>

Image provenant du [site officiel des Guerrilla Girls](#)

A6. *Do women Have to be naked to get into the Met. Museum?* (1989)



Image provenant du [site officiel des Guerrilla Girls](http://www.guerrillagirls.com)

A7. *The Anatomically Correct Oscar* (2002)



Image provenant du [site officiel des Guerrilla Girls](http://www.guerrillagirls.com)

A8. *How many works by women artists were in the Andy Warhol and Tremaine auctions at Sotheby's? (1989)*

**Q. HOW MANY WORKS BY
WOMEN ARTISTS WERE IN THE
ANDY WARHOL* AND TREMAINE
AUCTIONS AT SOTHEBY'S?**

A.



*The Contemporary Art Auction

Please send \$ and comments to:
Box 1056 Cooper Sta. NY, NY 10276

GUERRILLA GIRLS CONSCIENCE OF THE ART WORLD

Image provenant du [site officiel des Guerrilla Girls](#)

A9. Meet the creeps who stripped away our abortion rights (2022)

MEET THE CREEPS

WHO STRIPPED AWAY OUR ABORTION RIGHTS

Samuel Alito
Claims women's rights dated from the 13th century, when women were kept illiterate, were burned at the stake if unrepentant, could be legally beaten & raped by their husbands & the north was flat.



Brett Kavanaugh
Had a tantrum and cried on his SCOTUS hearing after multiple women accused him of sexual assault & a college roommate described him as a "black out drunk." Believes Catholic adoption agencies can reject same sex couples.



Clarence Thomas
Accused the Senate of trying to lynch him in order to cover up his sexual harassment of an employee & his obsession with pornography. Married to a woman who supports the violent overthrow of the US government.



Amy Coney Barrett
Believes her law career will build "The Kingdom of God," where even a child in a high-risk pregnancy, raped by her father, living in poverty, would be forced to endure the dangers of childbirth & then the trauma of giving up the baby instead of having a safe, legal abortion.



Neil Gorsuch
Proppa documents of Roe v. Wade. Considers the Constitution, with no mention of slavery or abortion, perfect – except for the separation of church & state. Doesn't seem to give a f*ck about women, since they're not mentioned in the Constitution, either.



A MESSAGE FROM THE GUERRILLA GIRLS

Image provenant du [site officiel des Guerrilla Girls](#)

A10. President Trump announces new commemorative months! (2016)

PRESIDENT TRUMP ANNOUNCES NEW COMMEMORATIVE MONTHS!

	WAS	NOW
Feb	~~African American History Month~~	Ku Klux Klan Month
Mar	~~Women's History Month~~	Locker Room Talk Month
Apr	~~Immigration Awareness Month~~	Extreme Vetting Month
May	~~Asian American Heritage Month~~	Internment Camp Heritage Month
Jun	~~LGBTQ Pride Month~~	Pray The Gay Away Month
Sep	~~Latino Heritage Month~~	Mass Deportation Month
Oct	~~Disability Awareness Month~~	Supermodel Month
Nov	~~American Indian Heritage Month~~	White Peoples Month

GUERRILLAGIRLS.COM

Image provenant du [site officiel des Guerrilla Girls](#)

A11. *It's not apple pie without ice cream!* (2023)



Image provenant du [site officiel des Guerrilla Girls](#)

A12. *The Male Graze* (2020)



Image provenant du [site The Male Graze](#), officiellement créé par les Guerrilla Girls

THE ADVANTAGES OF BEING A WOMAN ARTIST:

Working without the pressure of success
Not having to be in shows with men
Having an escape from the art world in your 4 free-lance jobs
Knowing your career might pick up after you're eighty
Being reassured that whatever kind of art you make it will be labeled feminine
Not being stuck in a tenured teaching position
Seeing your ideas live on in the work of others
Having the opportunity to choose between career and motherhood
Not having to choke on those big cigars or paint in Italian suits
Having more time to work when your mate dumps you for someone younger
Being included in revised versions of art history
Not having to undergo the embarrassment of being called a genius
Getting your picture in the art magazines wearing a gorilla suit

A PUBLIC SERVICE MESSAGE FROM **GUERRILLA GIRLS** CONSCIENCE OF THE ART WORLD

Image provenant du [site officiel des Guerrilla Girls](#)

B. Références iconographiques mobilisées dans l'analyse

B1. *La Grande Odalisque* (Ingres, 1814)

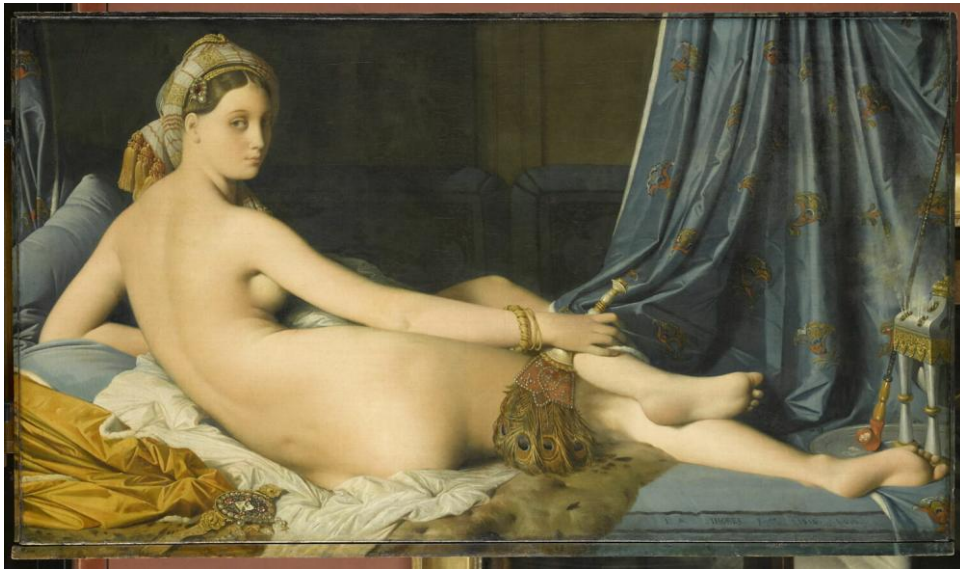


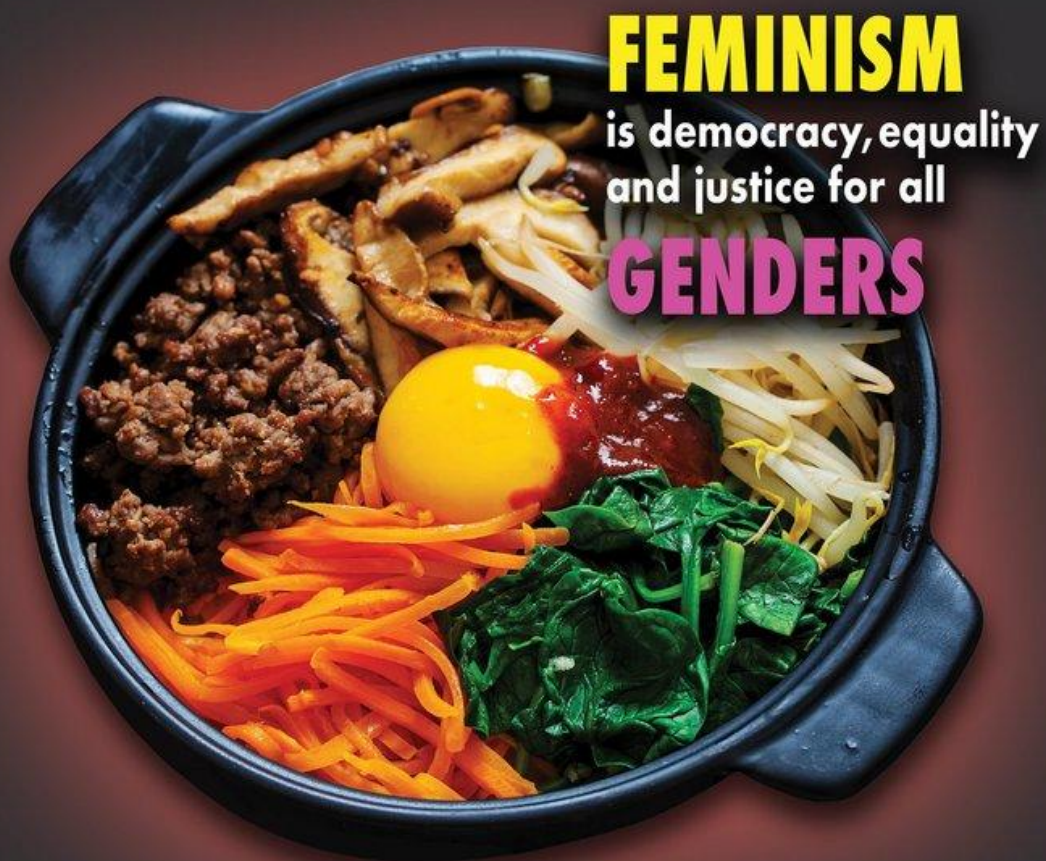
Image provenant du [site officiel des collections du Louvre](#)

B2. *Do Women Have to Be Naked to Get into Music Videos?* (2013)



Image provenant du [site officiel des Guerrilla Girls](#)

IT'S NOT BIBIMBAP WITHOUT GOCHUJANG! IT'S NOT DEMOCRACY WITHOUT FEMINISM!



South Korea ranks 102 out of 156 countries on the 2021 Global Gender Gap list even though more Korean women enroll in higher education than men and are more likely to graduate ... Only 5% of business executives are women.

It's easier to win a defamation lawsuit against a victim of sexual abuse than to successfully prosecute the abuser ... In a 2017 study: 71% of Korean men admitted to controlling behavior over women; 38% to sexual harassment; and 22% to physical violence.

The current President ran on an anti-feminist platform & pledged to abolish the Ministry of Gender Equality and Family ... Could that be why marriage and birth rates are at record lows?

A MESSAGE FROM  GUERRILLA GIRLS

C. Variantes et réactualisations

C1. *Do women have to be naked to get into the Met. Museum?* (2005)

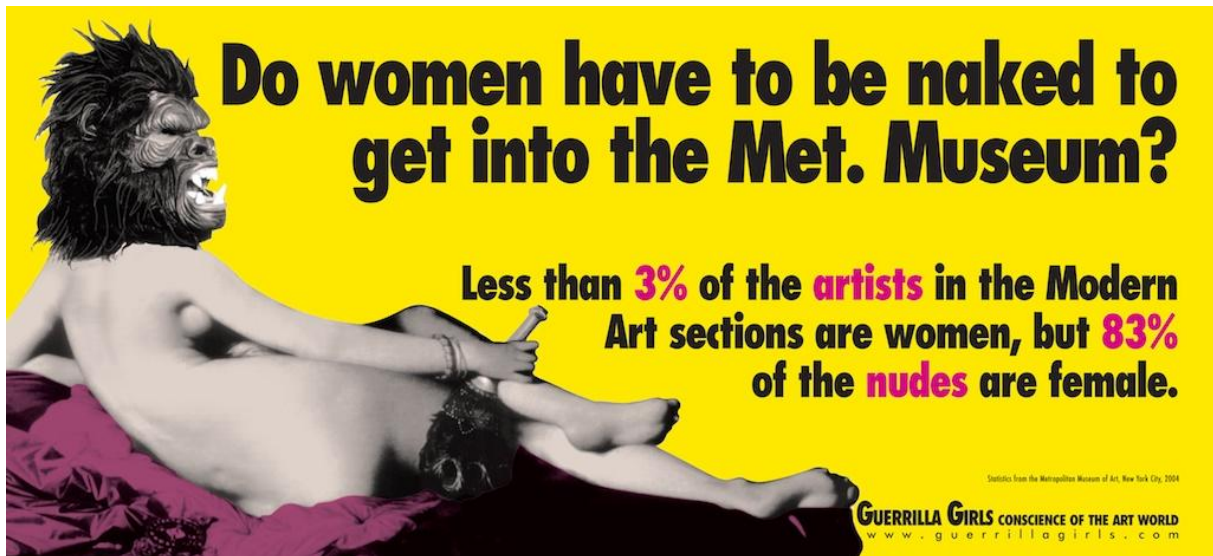


Image provenant du [site officiel des Guerrilla Girls](http://www.guerrillagirls.com)

C2. *Do women have to be naked to get into the Met. Museum?* (2012)

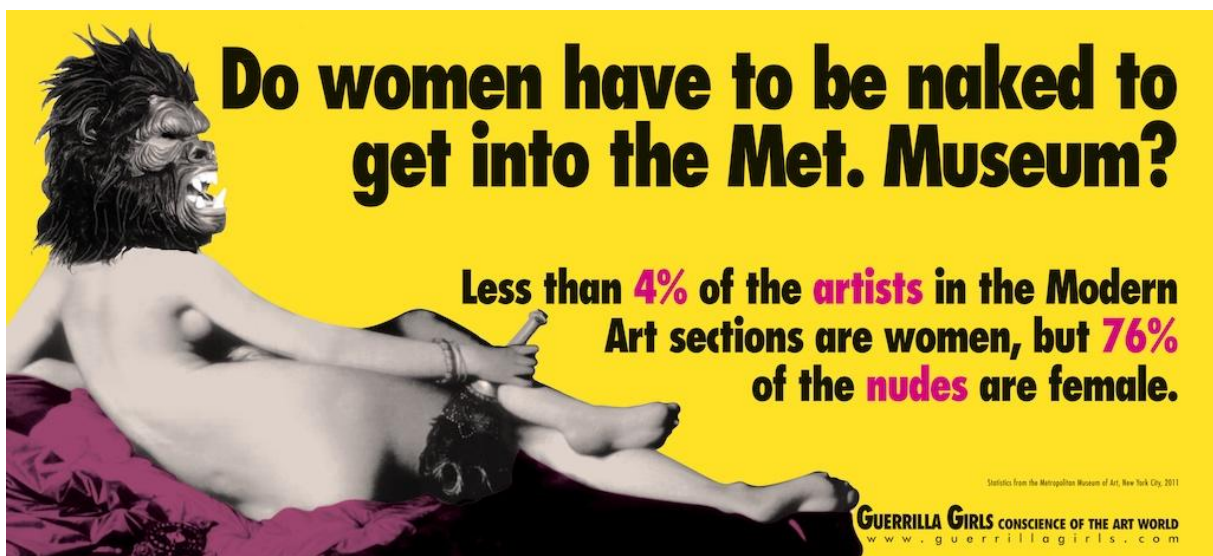


Image provenant du [site officiel des Guerrilla Girls](http://www.guerrillagirls.com)

C3. Do women have to be naked to get into the Met. Museum?(2025)



Image provenant du [site officiel des Guerrilla Girls](#)

D. Adaptations linguistiques

D1. *The Advantages of Being a Woman Artist (FR, 2016)*

LES AVANTAGES D'ÊTRE UNE FEMME ARTISTE:

Être sûre que le succès ne vous montera pas à la tête.
Ne pas être en compétition avec les hommes.
S'évader du monde de l'art en ayant 4 petits boulots.
Savoir que votre carrière peut exploser dès 80 ans.
Être assurée que quelque soit l'art que vous produisez, il sera taxé de féminin.
Ne pas être prisonnière d'une carrière dans l'enseignement.
Voir ses propres idées reprises dans le travail des autres.
Pouvoir choisir entre sa carrière et sa maternité.
Ne pas avoir à fumer un gros cigare ou s'écraser devant les costards
3 pièces-machos et les hipsters.
Avoir plus de temps pour travailler, après que votre mec vous ait virée
pour quelqu'un de plus jeune.
Être citée dans une édition révisée de l'histoire de l'art.
Ne pas avoir à éviter le désagrément d'être appelée un génie.
Avoir vos photos dans les magazines d'art vêtue d'un costume de gorille.

GUERRILLA GIRLS CONSCIENCE DU MONDE DE L'ART
guerrillagirls.com

Image provenant du [site de la galerie d'art Michele Didier](#)

D2. *The Advantages of Being a Woman Artist (PT, 2017)*

AS VANTAGENS DE SER UMA ARTISTA MULHER:

Trabalhar sem a pressão do sucesso
Não ter que participar de exposições com homens
Poder escapar do mundo da arte em seus quatro trabalhos como freelancer
Saber que sua carreira pode decolar quando você tiver oitenta anos
Estar segura de que, independentemente do tipo de arte que você faz, será rotulada de feminina
Não ficar presa à segurança de um cargo de professor
Ver as suas ideias tomarem vida no trabalho dos outros
Ter a oportunidade de escolher sua carreira ou a maternidade
Não ter que engasgar com aqueles charutos enormes nem ter que pintar vestindo ternos italianos
Ter mais tempo para trabalhar quando o seu homem lhe deixar por uma mulher mais nova
Ser incluída em versões revistas da história da arte
Não ter que passar pelo constrangimento de ser chamada de gênio
Ver sua foto em revistas de arte usando uma roupa de gorila

UMA MENSAGEM DE UTILIDADE PÚBLICA DAS **GUERRILLA GIRLS** CONSCIÊNCIA DO MUNDO DA ARTE

Image provenant du [site officiel des Guerrilla Girls](#)

D3. *The Advantages of Being a Woman Artist (ES, 2017)*

LAS VENTAJAS DE SER MUJER ARTISTA:

Trabajar sin la presión del éxito
 No tener que coincidir con hombres en las exposiciones
 Poder desconectar del mundo artístico tras tus 4 trabajos como autónoma
 Saber que tu carrera profesional puede repuntar cumplidos los ochenta años
 Tener la garantía de que, no importa el tipo de arte que hagas, se etiquetará siempre como femenino
 No verte atrapada en un puesto jo en la enseñanza
 Ver tus ideas perpetuadas en las obras de los demás
 Tener la oportunidad de elegir entre una carrera profesional y la maternidad
 No tener que ahogarte con esos puros enormes ni pintar ataviada con trajes italianos
 Tener más tiempo para trabajar cuando tu compañero(a) te deje tirada por otra persona más joven
 Que te incluyan en versiones revisadas de la historia del arte
 No tener que pasar por el bochorno de que te llamen genio
 Que tu imagen salga en las revistas de arte disfrazada de gorila

A PUBLIC SERVICE MESSAGE FROM **GUERRILLA GIRLS** CONSCIENCE OF THE ART WORLD

Image provenant du site officiel des Guerrilla Girls

D4. *The Advantages of Being a Woman Artist (Malayalam, 2018)*



Image provenant du site officiel des Guerrilla Girls

D5. Do Women Have to Be Naked to Get into the Met. Museum?(ES, 2018)



Image provenant du [site officiel des Guerrilla Girls](#)

E. Outils méthodologiques

E1. Grille d'analyse des affiches

Catégorie / Sous-catégorie	Questions à se poser	Réponses
1. Représentation visuelle		
Acteurs représentés	Qui est représenté (humains, symboles, archétypes) ? Sont-ils reconnaissables ? Que symbolisent-ils ?	
Actions ou situations	Que font-ils ? Quelle action est montrée ou suggérée ?	
Thématiques visuelles	Quels sujets sont évoqués par l'image ? (sexisme, inégalités, pouvoir, etc.)	
2. Fonction interactionnelle		
Regard / contact visuel	Y a-t-il un regard vers le spectateur ? Crée-t-il une interaction ?	
Angle (frontal, plongée, contre-plongée)	Quelle est la position du spectateur ? Supériorité, infériorité, égalité ?	
Distance sociale	Gros plan (intimité) ou plan éloigné (distanciation) ?	
Adresse implicite ou explicite	Le message s'adresse-t-il directement au public ? Y a-t-il des pronoms ?	
3. Fonction compositionnelle		
Hiérarchie de l'information	Quels éléments sont mis en avant visuellement ? Qu'est-ce qui attire d'abord l'œil ?	

Catégorie / Sous-catégorie	Questions à se poser	Réponses
Cadre et mise en page	Y a-t-il une organisation en colonnes, lignes, zones ?	
Salience / Couleurs / Typographie	Qu'est-ce qui attire visuellement ? Les couleurs ont-elles une signification politique ou émotionnelle ?	
Relation texte/image	Le texte commente-t-il l'image, la complète-t-il, la contredit-il ?	
4. Dimension textuelle (metadiscours)		
Ton du message	Ironique ? Provocateur ? Sérieux ? Didactique ? Humoristique ?	
Marqueurs d'implication	Usage de pronoms (nous, vous) ? Présence d'humour, d'injonctions, de provocations ?	
Connecteurs et structuration du discours	Y a-t-il une progression argumentative ? Des éléments de discours direct ou indirect ?	
Forme linguistique	Langage familier, militant, académique ? Usage de slogans ou expressions visuelles spécifiques ?	
5. Réception et effet attendu		
Public visé	À qui s'adresse cette affiche ? Féministes convaincu·es ? Grand public ? Institutions ?	
Effet recherché	Informar ? Choquer ? Faire rire ? Rassembler ? Déstabiliser ?	

Catégorie / Sous-catégorie	Questions à se poser	Réponses
Réaction anticipée	Qu'est-ce que l'affiche espère provoquer (réflexion, indignation, complicité, adhésion) ?	
6. Lecture critique (posture féministe)		
Rapport au pouvoir	Quelle forme d'oppression est dénoncée ? Qui ou quoi est critiqué (individus, institutions, systèmes) ?	
Subversion des codes	L'affiche détourne-t-elle les codes visuels traditionnels ? Y a-t-il inversion de rôles, ironie sur la norme ?	
Dimension intersectionnelle	Sont évoqués : genre, race, classe, sexualité ? Quels enjeux sont mis en lumière ?	

Grille établie à partir des travaux en sémiotique sociale de Kress et Van Leeuwen (2006) et de ceux de Maingueneau et Cossutta (1995), consacrés à l'analyse de discours.

E2. Exemple de grille complétée : *The Birth of Feminism*

Catégorie / Sous-catégorie	Questions à se poser	Réponses
1. Représentation visuelle		
Acteurs représentés	Qui est représenté (humains, symboles, archétypes) ? Sont-ils reconnaissables ? Que symbolisent-ils ?	On voit trois célébrités hollywoodiennes, Pamela Anderson, Halle Berry et Catherine Zeta-Jones. Elles sont mises en scène de façon glamour et sexualisée, comme sur une affiche de film. Sous leurs noms apparaissent ceux de Gloria Steinem, Flo Kennedy et Bella Abzug, trois figures importantes du féminisme américain.

Catégorie / Sous-catégorie	Questions à se poser	Réponses
Actions ou situations	Que font-ils ? Quelle action est montrée ou suggérée ?	Les femmes ne font rien de particulier, elles posent simplement pour la caméra. L'affiche imagine un faux film hollywoodien sur la naissance du féminisme.
Thématiques visuelles	Quels sujets sont évoqués par l'image ? (sexisme, inégalités, pouvoir, etc.)	Le féminisme, la représentation des femmes dans les médias, la sexualisation des femmes et la récupération commerciale des luttes féministes.
2. Fonction interactionnelle		
Regard / contact visuel	Y a-t-il un regard vers le spectateur ? Crée-t-il une interaction ?	Les trois femmes regardent directement le spectateur. Cela attire l'attention et reproduit les codes des affiches de cinéma et de publicité.
Angle (frontal, plongée, contre-plongée)	Quelle est la position du spectateur ? Supériorité, infériorité, égalité ?	L'image est prise de face et à hauteur des yeux. Le spectateur se trouve sur un pied d'égalité avec les personnages.
Distance sociale	Gros plan (intimité) ou plan éloigné (distanciation) ?	Le cadrage montre presque tout le corps des femmes. Il crée une certaine proximité tout en gardant l'effet spectaculaire d'une affiche promotionnelle.
Adresse implicite ou explicite	Le message s'adresse-t-il directement au public ? Y a-t-il des pronoms ?	Le slogan <i>Equality Now!</i> s'adresse directement au public. La phrase <i>They made women's rights look good. Really good.</i> pousse aussi le spectateur à réfléchir sur ce qu'il voit. La répétition du « really good » met en évidence l'aspect satirique presque sarcastique du propos
3. Fonction compositionnelle		

Catégorie / Sous-catégorie	Questions à se poser	Réponses
Hiérarchie de l'information	Quels éléments sont mis en avant visuellement ? Qu'est-ce qui attire d'abord l'œil ?	Le titre <i>The Birth of Feminism</i> est très grand et attire immédiatement le regard. Ensuite, l'œil se dirige vers les trois femmes puis vers le slogan <i>Equality Now!</i> .
Cadre et mise en page	Y a-t-il une organisation en colonnes, lignes, zones ?	L'affiche reprend les codes classiques d'une affiche hollywoodienne : grand titre en haut, vedettes au centre, slogan et crédits en bas.
Salience / Couleurs / Typographie	Qu'est-ce qui attire visuellement ? Les couleurs ont-elles une signification politique ou émotionnelle ?	Le fond jaune vif attire l'attention. Les lettres noires entourées de rose rappellent les affiches de films populaires. Les corps des actrices sont aussi très visibles et mis en valeur.
Relation texte/image	Le texte commente-t-il l'image, la complète-t-il, la contredit-il ?	Le texte et l'image créent un contraste ironique. L'affiche parle du féminisme mais le représente avec des femmes hypersexualisées. C'est ce décalage qui produit l'effet satirique.
4. Dimension textuelle (metadiscours)		
Ton du message	Ironique ? Provocateur ? Sérieux ? Didactique ? Humoristique ?	Le ton est clairement ironique et humoristique. L'affiche fait semblant de promouvoir un film sur le féminisme alors qu'elle critique en réalité Hollywood.
Marqueurs d'implication	Usage de pronoms (nous, vous) ? Présence d'humour, d'injonctions, de provocations ?	Le slogan <i>Equality Now!</i> fonctionne comme un appel militant. L'expression <i>Really good</i> exagère volontairement l'idée que l'important serait seulement de rendre les droits des femmes « beaux » ou attrayants.

Catégorie / Sous-catégorie	Questions à se poser	Réponses
Connecteurs et structuration du discours	Y a-t-il une progression argumentative ? Des éléments de discours direct ou indirect ?	Il n'y a pas d'argumentation développée. Le message repose surtout sur le contraste entre les images glamour et les références à des militantes féministes.
Forme linguistique	Langage familier, militant, académique ? Usage de slogans ou expressions visuelles spécifiques ?	Les phrases sont courtes et ressemblent à des slogans publicitaires.
5. Réception et effet attendu		
Public visé	À qui s'adresse cette affiche ? Féministes convaincu·es ? Grand public ? Institutions ?	Le grand public, mais surtout les personnes familières avec les films hollywoodiens et les débats sur le féminisme.
Effet recherché	Informar ? Choquer ? Faire rire ? Rassembler ? Destabiliser ?	Faire sourire au premier regard, puis faire prendre conscience de la manière dont Hollywood transforme les combats féministes en produits commerciaux.
Réaction anticipée	Qu'est-ce que l'affiche espère provoquer (réflexion, indignation, complicité, adhésion) ?	Le spectateur peut d'abord croire à une vraie affiche de film, puis comprendre l'ironie et ressentir de l'amusement, du malaise ou de l'indignation.
6. Lecture critique (posture féministe)		
Rapport au pouvoir	Quelle forme d'oppression est dénoncée ? Qui ou quoi est critiqué (individus, institutions, systèmes) ?	L'affiche critique le pouvoir de l'industrie du cinéma, qui préfère souvent mettre en avant des actrices séduisantes plutôt que le message politique porté par les femmes qu'elles représentent.

Catégorie / Sous-catégorie	Questions à se poser	Réponses
Subversion des codes	L'affiche détourne-t-elle les codes visuels traditionnels ? Y a-t-il inversion de rôles, ironie sur la norme ?	Oui. Les Guerrilla Girls reprennent tous les codes d'une affiche hollywoodienne pour mieux montrer à quel point Hollywood peut vider le féminisme de son contenu politique.
Dimension intersectionnelle	Sont évoqués : genre, race, classe, sexualité ? Quels enjeux sont mis en lumière ?	La critique porte surtout sur le genre et la sexualisation des femmes. Les questions de race, de classe sociale ou de sexualité ne sont pas vraiment abordées.

