HAL
open science

Les Isotypes de Keith Haring : du graffiti au graphisme communicationnel

Sophie Cras

To cite this version:

Sophie Cras. Les Isotypes de Keith Haring : du graffiti au graphisme communicationnel. Histoire de l'art, 2013, 70, pp.95-104. hal-03194618

HAL Id: hal-03194618

https://hal.science/hal-03194618

Submitted on 12 Apr 2021

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

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

Les Isotypes de Keith Haring : du graffiti au graphisme communicationnel
Sophie Cras
Publié dans : *Histoire de l'art*, 70 (April 2013): 95-104

« Son travail est celui d'un graphiste faussaire et a l'apparence du ready-made, comme ces panneaux de la signalisation routière internationale. Cette immédiateté est sa carte maîtresse. C'est cette qualité de « déjà existant » qu'ont ses personnages qui nous trompe, comme s'ils étaient déjà là, sans l'intervention d'aucune volonté individuelle. Pourtant il les a bien fabriqués, ces personnages. Dans leur code impersonnel, ils transmettent une histoire toute personnelle. Le code est là pour être déchiffré[1]. »
Rene Ricard, « The Radiant Child », 1981.

Avec leurs contours simples délimités de noir, leurs têtes rondes et sans visages, le corps toujours engagé dans les contorsions d'une gymnastique débridée, les personnages de Keith Haring sont devenus emblématiques quelques années à peine après leur apparition en 1980 (fig.1). Les commentateurs ont pu voir dans ces égéries « à la fois pop et primitives », des variations sur le thème de la bande dessinée ou de la caricature, des illustrations de figures de *break-dancing* ou encore des incarnations de fantasmes homo-érotiques[2].

Aucun pourtant n'a exploré l'évidence soulevée dès 1981 par Rene Ricard : les emprunts de Keith Haring à la signalétique. Ses personnages semblent tout droit surgis de panneaux indiquant les aéroports ou les issues de secours ; comme si les figures patientes et dociles qui marquent l'arrêt au feu rouge et la marche au feu vert s'étaient soudain échappées de leurs passages piétons, prises d'une folie irrépressible. Dans son article « The Radiant Child », l'une des premières et des plus importantes critiques de l'art de Haring, Ricard cerne en quelques phrases l'un des problèmes majeurs posés par l'art de Haring : sa capacité à se faire « graphiste faussaire », se saisissant du code le plus standardisé, le plus apparemment simple et le plus immédiatement signifiant qui soit – celui de la signalétique – pour le subvertir et l'investir d'un sens nouveau.

Quelques années plus tard, l'historien d'art et conservateur Henri Geldzahler suggère à son tour que l'art de Haring :

« s'impose à notre attention, plus fortement encore que la colossale surabondance de signes issus de la publicité ou de la signalisation officielle [...]. Tout comme les écritures chinoises et égyptiennes sont fondées sur le pictogramme, le travail de Keith Haring est constitué de symboles qui s'adressent à nous instamment, à la fois seuls et dans leurs configurations interchangeables. Et tout comme les pictogrammes ou les hiéroglyphes communiquent visuellement, sans l'appui du parler, de même les symboles de Haring sont drapés de silence[3]. »

Si le lien entrevu par Ricard et Geldzahler entre les dessins de Haring et le graphisme communicationnel tel qu'il s'exprime dans la signalétique a été largement méconnu par les

---

[1] R. Ricard, « The Radiant Child », *ArtForum*, v.20, 1981-12, p.42.
Cette recherche a été menée à bien grace à la *Terra fellowship* du *Smithsonian American Art Museum*. Je souhaite également remercier pour leur aide précieuse la Keith Haring Foundation, le département de Typographie et de Communication Graphique de l'Université de Reading, et l'atelier de recherche « History of Economics as Culture » où est née l'idée de ce projet.

[2] Pour ces approches canoniques de l'art de Keith Haring, voir notamment : J. Deitch, S. Geiss, J. Gruen, al. *Keith Haring*, New York, Rizzoli, 2008 ; *Keith Haring, Future Primeval*, catalogue d'exposition, Illinois University Galleries, New York, Abbeville Press, 1990 ; B. Kurtz, (éd.), *Keith Haring, Andy Warhol, and Walt Disney*, catalogue d'exposition, Phoenix Art Museum, Munich, Prestel-Verlag, 1992 ; E. Sussman (éd.), *Keith Haring*, catalogue d'exposition, New York, Whitney Museum of American Art, 1997; G. Celant (Ed.), *Keith Haring*, Munich, Prestel-Verlag, 1992.

[3] H. Geldzahler, « Introduction » dans *Art in Transit, Subway Drawings by Keith Haring*, New York, Harmony Books, 1984, n.p. Elisabeth Sussman, évoque également la « signalisation routière » dans « Songs of Innocence at the Nuclear Pyre », dans E. Sussman (éd.), *op. cit.*, p.18.

commentateurs ultérieurs, parler de « signes », de « symboles » et même de « pictogrammes » pour les qualifier est devenu un lieu commun de la critique et de l'histoire de l'art.

A la recherche d'un langage universel par l'image

Keith Haring a insisté à plusieurs reprises sur les circonstances de la naissance de son iconographie : sa recherche, entre mots et images, d'un véritable instrument de communication. En 1978, lorsqu'il intègre la School of Visual Art de New York, l'artiste a déjà développé un style distinct : de larges dessins calligraphiques abstraits, héritiers de l'influence de Dubuffet et Pierre Alechinsky[4]. Les enseignements qu'il reçoit alors de la part d'artistes issus de l'art conceptuel, de la performance ou de l'art vidéo – tels Joseph Kosuth Simone Forti ou Keith Sonnier – l'incitent à explorer le domaine du langage. Le cours de sémiotique de Bill Beckley, qui l'introduit à la lecture d'Eco, Saussure et Barthes, le marque tout particulièrement[5]. En 1979, Haring a cessé de peindre pour se consacrer à la performance, la vidéo et la poésie. A la suite de John Giorno, William Burroughs ou Brion Gysin, qui deviennent ses plus importantes références, il prend le langage et les mots comme matière première à manipuler, briser et recomposer. En 1979-80, les clubs et les rues de l'East Village accueillent ses récitations de poésies concrètes puis ses « Cut-up works », des collages dans lesquels des fragments de titres de journaux et leurs illustrations sont découpés et reconstitués pour former des phrases paradoxales et provocatrices telles que : « Reagan's Death Cops Hunt Pope » (« Mort de Reagan les flics chassent le Pape »).

Ce qui anime alors Haring et le conduit à repenser profondément sa pratique artistique, c'est un désir de communication dont ne pouvaient s'acquitter ses œuvres abstraites. « Parce que mes peintures et dessins étaient abstraits, explique-t-il rétrospectivement, ils n'avaient pas vraiment de relation immédiate avec le monde qui m'entouraient. Ils reflétaient mes pensées, mais qui s'en souciait ? [...] Plus que toute autre chose, je voulais communiquer[6] ! ». Le journal tenu par l'artiste durant cette période de recherche et d'apprentissage témoigne de cette évolution : la peinture, d'acte « personnel et privé » en vient à être vue comme « une traduction de l'information à travers l'usage d'images et d'objets[7] ». Entre 1978 et 1980, alors que Keith Haring s'écarte progressivement de sa pratique picturale, la relation entre le mot et l'image, et la capacité du signe visuel à transmettre une information linguistique restent au cœur de ses préoccupations. Ainsi, dès octobre 1978 il s'interroge :

« En peinture, les mots sont présents sous la forme d'images. Les peintures peuvent être des poèmes si elles sont lues comme des mots et non comme des images. « Des images qui représentent des mots. » Art égyptien / hiéroglyphes / pictogrammes / symbolisme. Les mots comme images.
L'image peut-elle exister (communiquer) sous la forme de mots[8] ? »

En janvier 1979, il ajoute :

« J'ai vu de beaux dessins égyptiens aujourd'hui. [...] Ce qui m'intrigue, ce sont les formes que les peuples choisissent comme symboles pour créer un langage. Il y avait plusieurs dessins montrant la manière dont les symboles ont dérivé depuis une structure de base, une manière d'indiquer l'objet à partir d'un nombre minimum de lignes, qui créent le symbole. Cela est commun à toutes les langues, tous les peuples, toutes les époques[9]. »

A l'été 1980, Keith Haring peut se tourner de nouveau vers la peinture. Il a trouvé ce qu'il cherchait : « des images dessinées qui pouvaient se lire comme de l'information : des

---

[4] J. Gruen, *Keith Haring, The Authorized Biography*, New York, Prentice Hall Press, 1991, p.29-57.
[5] Cf. R. Hobbs, « Keith Haring and Fernand Léger : Democratic Art, Popular Culture, and Semiotics », dans M. Coetzee (éd)., *Against All Odds : Keith Haring in the Rubell Family Collection*, catalogue d'exposition, Palm Springs Art Museum, New York, D.A.P., 2008.
[6] J. Gruen, *op. cit.*, p.55-56.
[7] K. Haring, *Journals*, New York, Penguin Books, 1996, p.35.
[8] *ibid.*, p.10.
[9] *ibid.*, p.35.

figures humaines, des animaux, des soucoupes volantes ». L'ensemble forme un répertoire d'images-signes, qui par combinaisons diverses créent bientôt « un langage indépendant, [...] immédiatement reconnaissable[10] ». Parce que ce nouveau vocabulaire graphique est capable de « communiquer de l'information », parce qu'il s'adresse à tous efficacement, Keith Haring peut désormais se lancer dans une activité qui le fascinait depuis plusieurs années : le graffiti[11]. A la fin du mois de décembre 1980 naissent ainsi les « subway drawings », des dessins qui projettent l'iconographie développée depuis quelques mois sur le papier dans les couloirs du métro new-yorkais, à la craie sur la surface noire des affiches recouvrant les panneaux publicitaires inoccupés (fig.2). Ces dessins s'inscrivent par milliers sur les murs du métro jusqu'en 1985, pendant public et gratuit aux œuvres que Keith Haring destine par ailleurs aux galeries et aux musées. Placés hors de tout contexte artistique, dans un lieu de passage accueillant les populations les plus diverses, les « subway drawings » se veulent « des images universellement « lisibles » et parlantes d'elles-mêmes », un langage commun qui puisse toucher tout un chacun sans distinction d'âge, de culture ou d'éducation[12].

Cette recherche d'un système de communication universel par l'image est celle-là même qui fondait, un demi-siècle plus tôt, les recherches menées par le philosophe et économiste viennois Otto Neurath.

En 1936, bien avant que Keith Haring n'entreprenne ses recherches d'un « vocabulaire des choses » en images, d'un « dictionnaire hiéroglyphique de tout ce qui existe », Neurath publait *International Picture Language*[13]. L'ouvrage synthétisait les recherches menées depuis les années 1920 – avec l'aide de l'artiste graphiste Gerd Arntz notamment – en vue d'élaborer les isotypes, un ensemble de pictogrammes simples permettant de traduire visuellement des informations de nature qualitative et quantitative[14].

Le système Isotype (*International System Of TYpographic Picture Education*), ainsi baptisé en 1935 et auparavant connu sous l'appellation de « méthode de Vienne », naît dans le contexte de l'Autriche démocratique et socialiste d'après-guerre. Les premiers isotypes sont développés pour mettre en image les statistiques exposés dans le Gesellschaftsund Wirtschaftsmuseum, le Musée économique et social de Vienne, dont Neurath assure la direction entre 1925 et 1934[15].

Peu à peu, les isotypes incarnent pour Neurath l'espoir du développement d'une forme de langage visuel international. En 1937, la parution de *Basic by Isotype* illustre la capacité des isotypes à assister l'apprentissage d'une langue anglaise simplifiée – réduite à 850 mots (fig.4)[16]. Elle montre également que des pictogrammes peuvent avantageusement remplacer un langage écrit, pour des applications aussi diverses que l'éducation ou la signalétique internationale.

Nés d'une ambition similaire – communiquer, transmettre une information par l'image sans l'aide d'un langage écrit nécessairement discriminant culturellement – l'isotype de Neurath et le personnage de Haring partagent des choix formels comparables. Tous deux sont des représentations figuratives stylisées, dénuées de détails ou de caractérisation. L'accent est

---

[10] P. Duyvis, « Every station in my gallery, interview with Keith Haring, 1982 » dans *Keith Haring 1986*, catalogue d'exposition, Amsterdam, Stedelijk Museum, 1986, p.45.
[11] J. Deitch, S. Geiss, J. Gruen, al., *op. cit.*, p.96.
[12] K. Haring, *op. cit.*, p.88.
[13] K. Haring cité par D. Sheff, « Just Say Know », *Rolling Stone*, 1989-08-10, p.63; J. Deitch, S. Geiss, J. Gruen, al., *op. cit.*, p.156.
[14] G. Arntz, Ed. Annink, M. Bruinsma, al, *Gerd Arntz : graphic designer*, Rotterdam, 010 Publishers, 2010.
[15] Cf. notamment: R. Leonard, « « Seeing is Believing » Otto Neurath, Graphic Art and the Social Order », *History of Political Economy*, 31, 1999.
[16] O. Neurath, *Basic by Isotype*, Londres, Kegan Paul, Trench, Trubner & Co., Ltd., 1937.

mis sur le contour, la silhouette; l'usage des couleurs est parcimonieux : une seule teinte par objet ou figure. De plus, tout comme Keith Haring rattache son « vocabulaire » graphique à des « archétypes au-delà du temps » qui « traversent toute notre culture et toute notre histoire[17] », Otto Neurath voit dans les isotypes la continuité des anciens hiéroglyphes égyptiens, des motifs primitifs et des dessins d'enfants, comme il le raconte dans son « autobiographie visuelle » intitulée *Du hiéroglyphique à l'isotype*[18]. Enfin, les pictogrammes de Neurath et de Haring partagent une même philosophie : celle d'une image qui participerait d'un effort démocratique, qui s'inscrirait dans la vie de tous les jours et serait accessible à chacun, par opposition à une image hermétique réservée aux experts – qu'ils soient scientifiques, politiques ou amateurs d'art.

De Keith Haring à Otto Neurath, une filiation historique

Comment expliquer les liens inattendus, brièvement évoqués ici, entre les isotypes d'Otto Neurath, une expérimentation scientifique de l'entre-deux guerre, et les icones de Keith Haring, devenues des motifs incontournables de l'art des années 1980 ? Deux pistes historiques peuvent être explorées. D'une part, une connexion directe : une familiarité de Keith Haring avec l'œuvre de Neurath elle-même ; d'autre part, une connexion indirecte aux isotypes, à travers leurs avatars dans d'autres formes de graphisme d'information comme la signalétique.

Keith Haring a-t-il eu connaissance du travail de Neurath sur les isotypes ? Il n'en fait en tout cas pas mention, et seules sont permises des conjonctures.

A l'heure où Haring élabore son vocabulaire graphique, les isotypes de Neurath connaissent un profond renouveau d'intérêt, comme l'explique un article paru en 1981 dans l'*Information design journal*, intitulé « On the Influence of Isotype »[19]. Depuis les années 1970, les initiatives se sont multipliées: parution d'articles, édition des écrits d'Otto Neurath, expositions, qui ont une résonnance dans le milieu artistique de l'époque[20]. En témoigne la proposition de l'artiste américain Michael Asher pour l'affiche officielle de la Documenta 7 de 1982 à Kassel – l'exposition qui marque un tournant dans la carrière internationale de Keith Haring – qui reprend des isotypes créés par Arntz et Neurath pour représenter la population au chômage (Fig.4)[21].

Ce regain d'intérêt est lié au développement, à cette époque, du graphisme communicationnel. Cette discipline, comme l'explique Martin Krampen dans son article fondateur paru en 1965, dérive de la sémiotique et des théories de la perception, et reconnait Otto Neurath comme son précurseur. Elle s'attache à comprendre les moyens par lesquels une image parvient à « communiquer un message le plus efficacement et le plus directement possible » pour « informer ou persuader[22] ». L'un des domaines d'application majeurs du graphisme communicationnel est celui de la signalisation et de la signalétique, qui connait un

[17] *Drawing the Line: A Portrait of Keith Haring*, film produit et realisé par E. Aubert, 1989, Keith Haring Foundation (KHF).
[18] O. Neurath, *From Hieroglyphics to Isotype, a visual autobiography*, Londres, Hyphen Press, 2010.
[19] R. Kinross, « On the Influence of Isotype », *Information design journal*, v.2, 2, 1981.
[20] Entre autres : M. Neurath, « Otto Neurath und Isotype », *Graphic Design*, 42, 1971 ; M. Neurath et R. Cohen (éd.), *Otto Neurath. Empiricism and Sociology*, Dordecht et Boston, Kluwer, 1973; *Graphic Communication through ISOTYPE*, catalogue d'exposition, Reading, University of Reading, 1975.
[21] L'affiche fut commandée par la Documenta puis refusée. Elle est reproduite dans : B. Buchloh, « A Dictionary of Received Ideas », *October*, v.22, automne 1982.
[22] M. Krampen, « Signs and Symbols in Graphic Communication », *Design Quaterly*, 62, 1965, p.3.

développement fondamental à la fin des années 1960, avec l'expansion du trafic aéroportuaire ou des événements internationaux tels les Jeux Olympiques[23].

Bien qu'initialement formé dans une école de design et d'illustration, la Ivy School of Professional Art, c'est davantage durant ses études à la School of Visual Arts de New York que Keith Haring a pu se familiariser avec le graphisme communicationnel, et peut-être rencontrer des exemples d'isotypes. L'ouvrage d'Umberto Eco, *A Theory of Semiotics*, qu'il a souvent cité et dont l'exemplaire souligné et annoté a été conservé dans sa bibliothèque, mentionne en introduction les applications de la sémiotique dans le domaine de la communication visuelle[24]. Il cite notamment Jacques Bertin ou encore Martin Krampen – on l'a vu, un fervent admirateur des isotypes. Dans son journal, Keith Haring note également avoir lu l'ouvrage d'Abraham Moles, *Information Theory and Esthetic Perception*, ce qui démontre son intérêt pour ce champ d'étude[25].

Toutefois, si un lien historique peut-être retracé de Neurath à Haring, il est plus probablement indirect, par le biais de l'assimilation des isotypes dans la signalisation et la signalétique.

Les preuves ne manquent pas de l'intérêt que Keith Haring portait à cette forme particulière d'images du quotidien. Ainsi, il se souvient avoir fréquenté dès 1979 une boutique de Canal Street spécialisée dans les panneaux de signalisation, où il acheta de larges lettres imprimées qu'il combinait à loisir dans ses recherches sur le langage[26]. En 1982, quand paraît son premier catalogue d'exposition important à la galerie Shafrazi de New York, il choisit de mettre en évidence, au centre d'un pêle-mêle de photographies et dessins, un panneau d'issue de secours (fig.5)[27]. Il accuse par ce clin d'œil sa dette vis-à-vis du graphisme signalétique, en même temps qu'il poursuit son argument sur le pictogramme comme langage universel : le panneau indicatif est en allemand (« Notausgang »), et pourtant sa signification est évidente pour tous. En 1987, Keith Haring va jusqu'à créer ses propres panneaux de signalisation pour un quartier de Tokyo, commissionné par la chaîne de grands magasins japonaise Parco (fig.6)[28].

L'importance du modèle de la signalétique peut être retracée dans la génétique même des pictogrammes de Haring si l'on reconstitue précisément la chronologie trop souvent confuse ou inexacte du processus de naissance de son iconographie lors de l'année 1980. En mai, Keith Haring organise *Club 57 Invitational*, dans le club du même nom : il y rencontre un grand nombre d'artistes innovants de l'avant-garde new-yorkaise tel que John Ahearn, qui l'introduit dans le *Times Square Show* le 1er juin suivant[29]. Cet important événement organisé par le groupe Colab et réunissant une centaine d'artistes est un moment décisif pour l'évolution du travail de Haring, comme lui-même l'a reconnu à plusieurs reprises[30]. C'est à la suite de cette exposition, où il montre sa dernière « language piece », qu'il reprend définitivement la peinture : ses premiers personnages naissent quelques semaines plus tard

---

[23] Pour une histoire de la signalisation, cf. M. Krampen, « Origin and development of road sign systems », *Semiotica*, v.43, 1, 1983.

[24] Umberto Eco, *A Theory of Semiotics*, Bloomington et Londres, Indiana University Press, 1976. La bibliothèque de Keith Haring a été conservée en partie par la KHF.

[25] K. Haring, *op. cit.*, p.67.

[26] J. Deitch, S. Geiss, J. Gruen, al., *op. cit.*, p.37.

[27] *Keith Haring*, catalogue d'exposition, New York, Tony Shafrazi Gallery, 1982, p.29.

[28] Dans une lettre non datée [début 1987], Seiko Uyeda explique le projet : « Récemment, à la suite d'un concours, Parco a baptisé cinq nouvelles rues autour de ses bâtiments [...]. Les panneaux de signalisation actuels sont assez monotones, et pour créer de nouveaux repères visuels, nous aimerions demander à M. Haring de recréer ces panneaux ». KHF, dossier « Parco, Tokyo, Japan, SP.1987.15».

[29] V. Aletti, « An Interview with Keith Haring », dans *Keith Haring, Future Primeval*, *op. cit.*, p.104. Pour une description du *Times Square Show*, cf. E. Sussman, « Songs of Innocence at the Nuclear Pyre », *op. cit.*, p.17.

[30] Par exemple: P. Duyvis, *op. cit.* p.45.

dans un atelier prêté par l'artiste Bernd Naber, et sont exposés pour la première fois le 21 juillet au Club 57. A l'automne, Haring obtient un atelier à P.S.122 où il poursuit ses dessins, qui donnent lieu à une exposition débutant le 18 octobre 1980[31].

Le vocabulaire iconographique de base de Haring, qui sera par la suite enrichi et diversement combiné, apparaît très vite : le chien, la soucoupe volante, et enfin le personnage humain souvent armé d'un bâton. Si les tout premiers dessins sont constitués de plusieurs cases qui suggèrent une narration similaire à celle de la bande dessinée, les scènes s'unifient peu à peu et se réduisent à la case unique du panneau de signalisation, notamment sous l'influence du format imposé des « subway drawings » qui commencent fin décembre 1980.

Qu'est-ce qui, dans le *Times Square Show*, a pu impressionner Haring au point de lui faire reprendre ses activités picturales, et élaborer le langage visuel qu'il cherchait depuis deux ans ? Peut-être l'une des réponses est-elle à chercher dans une photographie conservée par Haring (fig.7). Elle représente l'extérieur du bâtiment du 201 W. 41st Street où a lieu l'exposition: devant l'entrée, une série de panneaux inspirés de la signalisation, de la publicité et des plaques commerciales alternent couleurs et formes, mots et images, transformant la redondance de l'information (à la fois imagée et écrite) et son apparente neutralité en un commentaire ironique et provocateur. L'œuvre est celle de Tom Otterness, qui est alors l'un des artistes les plus remarqués de l'exposition[32].

Pour que la mise en relation de l'art de Haring et des isotypes de Neurath soit féconde, il s'agit cependant d'aller au-delà de la mise à jour de similarités formelles qui, appuyées sur des circonstances historiques, permettent de faire l'hypothèse d'une « influence ». Davantage que « d'expliquer » ces liens entre des images de nature si différente, il semble nécessaire d'en interroger les conséquences ; se demander, selon la formule de W.J.T. Mitchell, non pas « ce que les images signifient », mais bien « ce qu'elles veulent » pour « percer le secret de leur vitalité[33] ».

Une inscription stratégique de l'image dans le paysage visuel du spectateur

L'histoire de l'art, si elle admet que l'art puisse puiser dans le domaine du vernaculaire, envisage souvent ce passage comme une forme de transsubstantiation, par laquelle les éléments empruntés changeraient de nature et ne seraient plus, par là-même, lisibles dans les mêmes termes. Or, les rapports entre les icones de Haring et les isotypes ne pourront être explorés de manière satisfaisante que si, à la manière de Mirzoeff, on refuse toute distinction d'ordre ontologique entre ce qui serait catégorisé comme « œuvre d'art » – les dessins de Haring – et ce qui est de l'ordre de l'outil économique, statistique ou signalétique – comme les isotypes et leurs dérivés. Il s'agit au contraire de considérer que ces images font également partie d'un « paysage visuel », qui peut s'analyser en fonction des effets attendus et produits sur les spectateurs[34].

De fait, étudier les stratégies de communication visuelle explicitées par Neurath permet d'enrichir notre compréhension des choix stylistiques de Haring. Comme le résume Neurath, pour être efficaces les pictogrammes doivent être lisibles – notamment éviter la perspective, considérée comme « anti-symbolique » – ; ils doivent être attrayants, suffisamment distincts les uns des autres, et soumis à une standardisation et à une répétition

[31] Les cartons d'invitations, calendriers du Club 57 et autres documents relatifs à cette chronologie sont disponibles dans les archives de Keith Haring, KHF, dossier « Exhibition Flyers, 1978-81 ».

[32] Il est plusieurs fois mentionné dans l'important article de R. Goldstein, « The First Radical Art Show of the '80s », *The Village Voice*, v.24, 24, 1980-06-16, p.1, 31-32. Keith Haring, contrairement à Jean-Michel Basquiat, n'y est pas remarqué.

[33] W.J.T. Mitchell, « Showing seeing : a critique of visual culture », *Journal of Visual Culture*, v.1, 2, 2002, p.176.

[34] N. Mirzoeff, *An Introduction to Visual Culture*, Londres et New York, Rootledge, 1999.

qui les rendent immédiatement familiers au spectateur. A la manière des personnages anonymes et sans âge de Haring, les détails distinctifs doivent être réduits au minimum: selon Neurath, « le signe « homme » ne doit pas donner l'idée d'une personne spécifique répondant au nom de XY, mais doit être représentatif de l'animal « homme »[35] ».

Ces choix sont guidés par deux impératifs. Le premier est la rapidité de lecture de l'image : pour Gerd Arntz seuls « trois coups d'œil » devraient suffire à épuiser la l'information détenue par tout isotype[36]. En effet, de la même façon que les « subway drawings » s'affichent à la place d'un panneau publicitaire devant un public d'usagers pressés, Neurath voit les isotypes comme inscrits dans le paysage visuel urbain, et en cela en perpétuelle concurrence avec d'autres formes de sollicitation visuelles comme les enseignes publicitaires[37].

Le second impératif est une adaptation au niveau de connaissance du public. Dans un effort de typologie des différents choix stylistiques de Keith Haring, Elisabeth Sussman distingue trois phases dans sa carrière : la première plus « synthétique » entre 1980 et 1984, la suivante qualifiée de « néo-expressionniste » jusqu'en 1988, la dernière jusqu'à sa mort en 1990, résolument engagée[38]. Les variations stylistiques de Haring s'expliquent toutefois de manière plus convaincante lorsqu'on les considère non comme une évolution chronologique, mais comme une stratégie d'adaptation au public visé. Durant toute sa carrière, les personnages figuratifs stylisés et les compositions simples apparaissent dans les lieux publics, les peintures murales ou les affiches ; les peintures destinées aux galeries ainsi que les objets décorés, les « articles bourgeois tels que les vases » portent quant à eux des compositions beaucoup plus chargés aux motifs grotesques ou décoratifs, et sexuellement explicites[39]. Haring semble ici respecter à la lettre la prescription du graphisme communicationnel selon laquelle : « la *simplicité* et le *réalisme* sont les clefs d'une communication visuelle efficace vis-à-vis d'un public à faible expérience culturelle » tandis qu'avec un public « sophistiqué », des stratégies rhétoriques comme la caricature ou le *zeugma* sont à privilégier[40].

Entre mot et image, la communication en question

Si les dessins de Keith Haring empruntent au graphisme communicationnel issu de Neurath non seulement ses codes, mais même les stratégies qui les initient, ils ne se prêtent pas pour autant à une perception, à une « lecture » comparable. En effet, quoique l'artiste se plaise à répéter que ses images « parlent d'elles-mêmes » et ont vocation à « transmettre de l'information », le spectateur se trouve en réalité bien en peine de comprendre en quoi celle-ci consiste[41]. Quelle information peut bien transmettre un personnage pris dans une course effrénée sans but apparent ou poursuivant un autre d'un bâton ?

La différence qu'introduisent les œuvres de Haring par rapport aux images signalétiques dans la perception du message apparait clairement dans les exemples de panneaux de signalisation créés par l'artiste au Japon (fig.6). Un film vidéo conservé par la Fondation Haring permet de retracer leur exécution, qui eut lieu en public le 14 mai 1987[42]. Sur ces panneaux, texte et image sont associés de façon à rendre l'information évidente : ainsi « Kōen street », la « rue du parc », est logiquement illustrée par un bosquet d'arbres. Mais quand le graphisme communicationnel commande une image simplement redondante par

[35] O. Neurath, *International Picture Language, op. cit.*, p..32-33.
[36] M. Krampen, « Signs and Symbols in Graphic Communication », *op. cit.*, p.22.
[37] O. Neurath, *International Picture Language, op. cit.*,, p.3, p.22.
[38] E. Sussman, « Songs of Innocence at the Nuclear Pyre », *op. cit.*, p.10.
[39] P. Duyvis, *op. cit.*, p.46.
[40] Krampen, « Signs and Symbols in Graphic Communication », *op. cit.*, p.16-18.
[41] P. Duyvis, *op. cit.*,, p.50. Pour une tentative (peu satisfaisante) de déchiffrement de l'iconographie de Keith Haring, cf. R. Pincus-Witten, « Keith Haring: The Cross Against the Rod», dans *Keith Haring*, *op. cit.*, p.12-13.
[42] *Raw footage of Keith drawing with sumi ink at public event and Q &A*, video, 1987, KHF.

rapport au texte et qui en épuise l'information, Keith Haring introduit un élément perturbateur. Le bosquet d'arbres n'est pas un pictogramme neutre, il est constitué par la transformation et la fusion d'un groupe de ses petits personnages familiers, dont les bras frénétiquement agités deviennent des branches folles. Le panneau ne se contente plus d'indiquer le « parc », mais charge ce terme de connotations : il suggère que le parc est un lieu de liberté à investir, un coin de nature rendu vivant et humain par les jeux des enfants. Sur certains panneaux, la fonction d'information en est presque annulée. Ainsi, le panneau indiquant « Park Tree » se dote d'un point d'interrogation moqueur : il perd sa fonction première d'indication claire et définitive pour devenir paradoxalement un hommage à l'incertitude : « Park Tree ? ».

Représentation et pouvoir

En empruntant à la signalétique son vocabulaire et ses stratégies, les images de Haring donnent l'impression de devoir transmettre un message clair et univoque, ce qui est ensuite démenti par la lecture de l'image, provocant humour mais aussi malaise et désorientation. Ce processus de frustration – susciter l'attente d'une information à suivre pour ensuite renvoyer le spectateur à son incertitude – est d'autant plus critique que la signalétique est un instrument d'ordre social. Dans sa transmission de l'information, elle est aussi injonctive : elle dicte un comportement – aller ici ou là, traverser la rue, ramasser ses déchets. Les dessins de Haring s'érigent-ils en autorité nouvelle, commandant aux spectateurs de « débrider leur sexualité et de célébrer la vie, en opposition aux forces de l'oppression », comme le suppose Jeffrey Deitch[43] ? Ou sont-ils une dénonciation de l'autorité de l'image officielle elle-même et du contrôle latent et inconscient qu'elle opère sur la vie de tous les jours ? Pour certains critiques, comme Adams Brooks, l'art de Haring est « manipulateur » et s'érige en « agit-prop » du métro new-yorkais[44].

L'enjeu de la manipulation par l'image marque dès l'origine le graphisme communicationnel : ainsi dans les années 1930, Neurath mit les isotypes au service de la publication des statistiques officielles de la propagande soviétique[45]. La question au cœur de ce pouvoir manipulateur du pictogramme est celle son autorité, liée à celle de son « auctorialité ». L'auteur du graphisme communicationnel n'est pas n'importe qui ; c'est une autorité reconnue, officielle, dont la parole est incontestable ne serait-ce que parce qu'elle s'assure le monopole de cette forme de communication : seule une autorité administrative compétente est habilitée à créer des panneaux de signalisation.

Dans un récent article, Christopher Burke suggère que les efforts déployés toute sa vie par Neurath pour s'assurer l'exclusivité de la production des isotypes étaient incompatibles avec son idée d'un « langage international par l'image » : peut-on parler d'une « langue » lorsque l'émetteur est unique, et que ses interlocuteurs sont réduits au rôle de récepteurs passifs[46] ? En effet, Neurath fut toujours extrêmement réticent à reconnaître à quiconque autre que lui-même ou son épouse une légitimité à utiliser ou créer des isotypes :

---

[43] J. Deitch, « The Radioactive Child », dans *Keith Haring 1986, op. cit.*, p.15. Voir également N. Phillips, « The Radiant (Christ) Child, Keith Haring and the Jesus Movement », *American Art*, v.21, 3, Automne 2007, p.54-73 pour une discussion de l'évangélisme chez Haring.

[44] B. Adams , « Keith Haring : Radiant Picaresque », *Art in America*, 1998-04, p.96.

[45] C. Chizlett, « Damned Lies And Statistics. Otto Neurath and Soviet Propaganda in the 1930s », *Visible Language*, v.26, 3-4, 1992.

[46] C. Burke, « The linguistic status of Isotype », dans E. Nemeth et F. Stadler (éd.), *Image and Imaging in Philosophy, Science, and the Arts*, actes de colloque, Kirchberg, 33e Symposium International Ludwig-Wittgenstein, 2010, Heusenstamm, Ontos Verlag, 2011.

« Il n'est pas nécessaire que tous les lecteurs des images Isotype connaissent les règles du système Isotype, car ils en ressentent les effets sans être conscients de leurs raisons. [...] A l'inverse, écrire dans ce langage ne peut s'apprendre simplement dans un livre[47]. »

Des années après la mort de Neurath, ses disciples regrettaient que malgré les efforts de ce dernier, les isotypes soient tombés « dans l'usage commun du langage graphique », de la signalétique à la publicité, perdant la pureté d'utilisation que seule maîtrisait Neurath[48].

Cette hostilité envers l'appropriation par d'autres de son langage graphique est la même chez Keith Haring. A partir de 1983, il dénonce systématiquement les contrefaçons de ses dessins qui prolifèrent sur les murs, les affiches ou les T-shirts partout dans le monde ; l'ouverture en 1986 et 1987 des « Pop-shops », où Haring vend ses produits dérivés officiels, est une réponse avouée à ce phénomène[49]. A la fin de sa vie, l'artiste ne peut que constater que ses images « sont devenues en un sens génériques. Elles ne renvoient plus à « Keith Haring », mais bien davantage à la conscience collective ou à une « culture universelle » », elles sont « un vocabulaire que tout le monde se sent libre d'utiliser[50] ». Haring est cependant bien conscient que s'opposer à ce processus revient à contredire son propre projet de communication universelle : « c'est peut-être un peu hypocrite, reconnait-il, car je veux que [mon art] soit public, et en même temps je veux le garder sous mon contrôle[51] ».

Dans sa discussion de la relation entre l'art, le langage et le pouvoir, W.J.T Mitchell distingue trois formes de violence associées à l'art public : il peut être objet de violences (comme lorsque les peintures murales de Haring sont vandalisées, ou ses « subway drawings » volés) ; il peut être instrument de violence (en faisant violence au spectateur, en introduisant le malaise dans son espace quotidien) ; il peut enfin représenter la violence exercée ou soufferte[52]. Si ces trois formes sont indiscutablement présentes dans le travail de Keith Haring, une quatrième pourrait être introduite : celle de la domination auctoriale de l'image, et de sa contestation. C'est ce pouvoir que subvertit un artiste en contrefaisant la signalétique officielle ; c'est aussi celui que s'attribue quiconque s'approprie à son tour le vocabulaire de cet artiste devenu célèbre.

Neurath avait emprunté largement à la culture visuelle universelle, « du hiéroglyphe à la bande dessinée[53] ». Bien malgré lui, ses isotypes sont devenus à leur tour un répertoire d'images transformées, déformées dans la signalétique, dans laquelle des années plus tard Keith Haring a pu puiser. Il était logique que les personnages de Haring rejoignent à leur tour la culture visuelle anonyme, universellement disponible et transformable à merci qui leur avait donné naissance. Par ce processus, l'image abdique une certaine forme de pouvoir, en même temps qu'elle acquière une nouvelle forme de puissance.

---

[47] O. Neurath, *From Hieroglyphics to Isotype, op. cit.*, p.30.
[48] Notamment: M. Twyman, « The Significance of Isotype », dans *Graphic Communication through Isotype, op. cit.*, p.17.
[49] J. Gruen, *op. cit.*, p.127.
[50] K. Haring, *op. cit.*, p.218 ; J. Gruen, *op. cit.*, p.127.
[51] D. Drenger, « Art and Life: An Interview with Keith Haring », *Columbia Art Review*, printemps 1988, p.52.
[52] W.J.T. Mitchell, *Picture Theory*, Chicago, University of Chicago Press, 1994, p.381-382.
[53] Titre de l'ouvrage de L. Hogben, *From Cave Painting to Comic Strip, A Kaleidoscope of Human Communication*, New York, Chanticleer Press, 1949, une tentative d'histoire de la communication visuelle réalisée à partir de la collection d'image de Marie Neurath.