



Appel à articles

Les politiques du tract. Discours, matérialités et pratiques de communication militante

Dossier coordonné par :

David Descamps, Clersé, Université de Lille, daviddescamps@hotmail.com
Agathe Foudi, Ceraps, Université de Lille, agathe.foudi@outlook.fr
Cédric Passard, Triangle, Université de Lyon III, cedric.passard@univ-lyon3.fr

Date limite de remise des textes, de **60 000 signes** espaces compris : **1er septembre 2026**

Merci de les faire parvenir simultanément à : daviddescamps@hotmail.com,
agathe.foudi@outlook.fr et cedric.passard@univ-lyon3.fr, ainsi qu'à l'adresse de la revue :
revuepolitiquesdecommunication@gmail.com

Prenant souvent la forme d'une « petite feuille volante » (Abbou, 2018), le tract apparaît comme un objet discursif modeste et éphémère. Support court, à la « matérialité fragile » (Brogowski et Noury, 2012, p. 4), il condense un message, schématise le réel et semble de prime abord peu propice à l'analyse scientifique. Pourtant, son format contraint, fondé sur des opérations de sélection et de hiérarchisation de l'information, en fait un objet particulièrement fécond pour étudier les politiques de communication militante. Il donne à voir ce qu'un collectif estime devoir dire pour exister publiquement, convaincre, dénoncer, mobiliser ou signaler son identité. De plus, le tract ne se limite plus aujourd'hui au support imprimé : il circule désormais sous des formes hybrides et des canaux multiples (papier, messageries instantanées, réseaux numériques, plateformes), ce qui transforme les modalités et les conditions de sa production, de sa réception et de sa diffusion.

Si le tract a déjà été étudié pour éclairer les univers idéologiques de collectifs militants (Burtin, 1977 ; Bérout et Lefèvre, 2010 ; Siletti, 2019), cet élément de leur « répertoire de communication » (Ferron, 2024, p. 16) a plus rarement été appréhendé comme un objet d'analyse à part entière de leurs pratiques communicationnelles, organisationnelles et militantes. Ce dossier invite ainsi à reconsidérer le tract comme un produit à la fois matériel et discursif, inscrit dans des régimes variés de communication politique. Il accueillera des contributions portant sur des contextes nationaux ou culturels divers et sera ouvert aussi bien aux périodes contemporaines que plus anciennes. Conformément à la ligne de *Politiques de communication*, le dossier est ouvert à des méthodes et approches variées en science politique, sciences de l'information et de la communication, sociologie, (socio-)histoire ou analyse du discours notamment. Dans cette perspective, trois axes (non limitatifs) sont proposés.

Axe 1 : Le tract comme production discursive et dispositif de communication

« Moyen privilégié d'expression et de mobilisation » (Burtin, 1977, p. 915), le tract constitue un support de communication dont l'élaboration suppose la maîtrise de savoirs et de savoir-faire spécifiques (Contamin, 2008). Souvent conçu dans l'urgence de l'événement, il constitue une véritable

« littérature de l'instant » (Barnoud, 1996) et s'inscrit dans une économie de la brièveté contraignant la stratégie de persuasion. Quel(s) intérêt(s) revêt alors le recours à cette « technologie militante » (Stuppia, 2014) et comment les collectifs s'en emparent-ils ?

Une première piste consiste à analyser les procédés rhétoriques et stylistiques mobilisés pour convaincre : registres employés (affects, argumentation rationnelle, ethos de crédibilité ou de respectabilité, etc.), choix de contenu, formes lexicales, sémantiques et symboliques utilisées (slogans, formules ou mots-étendard). Leur concision favorise-t-elle l'usage de stéréotypes, de symboles culturels partagés ou d'éléments doxiques, plus encore que sur d'autres supports militants ?

Outil de labellisation, le tract participe à la construction d'appartenances et d'oppositions liées à l'emploi de « termes d'adresse » (Bacot et Desmarchelier, 2025) divers pour se désigner et mettre en scène une relation d'adversité (Vigna, 2007, p. 185-215). Il apparaît dès lors pertinent d'analyser les stratégies référentielles des groupes militants pour désigner l'adversaire : lexique explicite (« le gouvernement », « la direction », etc.) ou flou référentiel (« l'élite », « les puissants », etc.) ? Adversaires ignorés, tournés en dérision ou simplement décriés ? L'étude de la construction du « nous » invite aussi à plusieurs questionnements : qui parle dans le tract, au nom de qui ? Quels procédés matériels et discursifs favorisent la production d'un « nous » cohérent et légitime (usage de logos, de signatures, modalités de désignation du rédacteur, etc.) ? Il importe à cet égard d'examiner aussi la mise en scène matérielle et visuelle du « nous » (design, emblèmes, couleurs, choix typographiques ou iconographiques) qui, au même titre que les formes discursives, contribue à inscrire le tract dans un univers symbolique donné. Plus largement, l'analyse peut porter sur les marqueurs identitaires du langage écrit et visuel (écriture inclusive, féminisation, lexique, iconographies, symboles) qui renforcent ou atténuent la visibilité de certains groupes (Stuppia, 2018). Par exemple, l'étude des tracts élaborés par des organisations dites conservatrices ou réactionnaires (La Manif pour tous, Syndicat de la famille, Némésis, Antigones, mouvements masculinistes, etc.) pourrait éclairer les modalités matérielles et discursives de promotion d'identités traditionnelles.

Enfin, loin d'être un objet figé, le tract s'inscrit dans des configurations historiques spécifiques, marquées par des régimes d'action, des technologies de communication et des cultures militantes variables. Des approches socio-historiques peuvent de ce point de vue être déployées pour saisir les transformations des formes discursives du tract et de ses usages. Plus spécifiquement, le développement des formats numériques (tracts diffusés via les réseaux, images, vidéos, stories, mèmes) interroge les processus d'adaptation des tracts papier, et plus largement la mutation des codes du militantisme. Dans quelle mesure cela modifie-t-il les modes d'énonciation, les registres visuels ou les modalités d'interpellation des publics par les organisations militantes ?

Axe 2 – Le tract comme révélateur des structures et hiérarchies militantes

Au-delà de son contenu discursif, le tract est aussi le produit d'un travail militant et constitue de ce fait un objet d'analyse fécond du fonctionnement et des structures des collectifs.

L'examen des activités liées à sa conception (réunions préparatoires, sélection des signatures, choix des modalités de diffusion, etc.) constitue un prisme intéressant pour observer les dynamiques de consolidation ou de fragmentation organisationnelle. La production d'un tract engage en effet souvent des débats et met la cohésion du collectif à l'épreuve (Giraud et Pina, p. 240-243) : par les désaccords qui peuvent apparaître à cette occasion, la construction du tract révèle ce qui unit le collectif, ce qui est source de tensions, mais aussi parfois les sujets « tabous » (Mothé, 1976, p. 131).

Qui écrit, signe, valide, imprime ou diffuse ? Quelles voix sont dominantes ou marginalisées dans ce processus ? Inégalement valorisées, les tâches de conception et de diffusion révèlent la « division du

travail militant » (Dunezat et Galerland, 2013) et les inégalités de reconnaissance qu'elle produit. Si de nombreux travaux ont pu montrer que cette division était souvent réalisée en défaveur des femmes (Dunezat, 1998 ; Bargel, 2005), il s'agit d'interroger plus largement les fondements sociaux de cette division. Qu'est-ce que l'élaboration du tract peut nous dire à propos des inégalités de capital culturel ou militant et de leurs effets, à propos des clivages de classe ou d'origine, ou au sujet des reconfigurations contemporaines du leadership au sein des organisations militantes ?

Cet axe soulève aussi des questions relatives à la professionnalisation de la communication militante : le recours à des graphistes, à des outils de PAO ou à des community managers modifie-t-il les hiérarchies internes ? L'analyse comparée de tracts « artisanaux » et de tracts « médiatisés » pourrait révéler des clivages entre styles de militantisme et des rapports différenciés à la visibilité publique.

La réflexion gagnerait, enfin, à porter sur les « tracts maison » produits et diffusés par des militant-e-s en dehors des cadres organisationnels formalisés, notamment en ligne. L'examen de ces initiatives permettrait d'éclairer les tensions entre contrôle organisationnel et appropriation militante, entre centralisation de la communication et expressions autonomes, voire dissidentes.

Axe 3 : La diffusion du tract : l'épreuve du jugement public

Si la production du tract s'inscrit dans un espace de relations de pouvoir, sa diffusion, physique ou numérique, engage, elle aussi, des rapports sociaux liés à la tentative de « conquête de l'espace public » (Camarade, 2022 ; Cuvelier, 2024) que le collectif entreprend. Les interactions entre diffuseurs et receveurs façonnent à la fois la reconnaissance publique du collectif et la perception qu'en ont les militant-e-s. Les campagnes électorales, notamment municipales, constituent à cet égard des terrains privilégiés pour observer la persistance et la recomposition des usages du tract, dans des configurations marquées par l'interconnaissance et la coprésence militante.

À l'instar des pratiques de porte-à-porte (Lefebvre, 2016), le tractage expose ses participant-e-s à autrui. Cette activité engage des interactions qui mettent la légitimité du collectif et la valeur publique de sa cause à l'épreuve. Dans un espace public de plus en plus « fragmenté » (Bastien et Neveu, 1999 ; Mabi et Theviot, 2014), l'étude des réactions du public (adhésion, rejet, indifférence, moquerie, etc.), permettrait de saisir comment se forme un jugement politique situé, en face-à-face ou en ligne. Puisque les « e-tracts » (Contamin, 2008, p. 71) renouvellent les modalités d'interaction et les formes du tractage, on pourrait se demander également dans quelle mesure ils constituent un équivalent fonctionnel des tracts papiers et en quoi leur diffusion modifie l'expression publique et les mécanismes de formation du jugement public.

L'examen des interactions qui se déroulent à l'occasion de la diffusion des tracts dans des espaces physiques ou numériques localisés permettrait certainement d'apprécier aussi la familiarité des collectifs à l'égard de cette pratique et de dévoiler la diversité des modalités d'ajustement réalisés lors des échanges (pratiques de pacification, ironie, etc.). En articulant à cette étude celle de la formation (formelle ou informelle) au tractage, on pourrait apporter un éclairage significatif sur le processus d'acquisition d'un « sens tactique » et de « compétences relationnelles » (Ferron, 2024, p. 167) permettant d'améliorer l'efficacité de cette pratique et d'en limiter les risques.

L'enthousiasme, l'indifférence, les moqueries ou l'hostilité que les militant-e-s rencontrent influencent leur engagement. Certaines interactions agissent certainement comme rétributions symboliques et renforcent la conviction ; d'autres nourrissent probablement doute, lassitude ou « malheur militant » (Fillieule, Leclercq et Lefebvre, 2022). Une analyse fine de la diffusion des tracts

doit pouvoir éclairer les dynamiques émotionnelles de l'engagement et leurs effets sur les trajectoires individuelles au sein de ces collectifs.

Enfin, l'étude de la diffusion peut permettre d'interroger l'articulation entre tracts imprimés et formats numériques, leurs temporalités propres et leurs usages différenciés. Elle conduit à questionner les frontières du tract face à d'autres supports (flyers, fanzines, posts sur les réseaux numériques), ainsi que le rapport entre le discours porté par le tract et celles et ceux qui le diffusent, notamment lorsque sa circulation s'opère en ligne.

Calendrier et informations pratiques :

Les articles, qui ne doivent pas dépasser 60 000 signes, devront être envoyés **le 1^{er} septembre 2026 au plus tard** à : daviddescamps@hotmail.com, agathe.foudi@outlook.fr et cedric.passard@univ-lyon3.fr, ainsi qu'à l'adresse de la revue : revuepolitiquesdecommunication@gmail.com

Pour plus d'informations sur les consignes aux auteurs pour les propositions d'articles, voir : <https://revuepol2com.hypotheses.org/consignes-aux-auteurs/proposer-un-article>

Références bibliographiques

ABBOU Julie, 2018, « Tract », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/tract/>

BACOT Paul et DESMACHELIER Dominique, 2025, « "Et par le pouvoir d'un mot..." : Construire par l'adresse appartenances et oppositions », *Mots. Les langages du politique*, vol. 137, n°1, p. 11-18.

BARGEL Lucie, 2005, « La socialisation politique chez les jeunes militant-e-s : apprentissage des pratiques politiques et normes de genre », *Nouvelles questions féministes*, vol. 24, n°3, p. 36-49.

BARNOUD Madeleine, 1996, « Littérature éphémère et sources de l'histoire », *Bulletin des bibliothèques de France*, vol. 3, p. 26-29. <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1996-03-0026-005>.

BASTIEN François, NEVEU Erik, (dirs.), 1999, *Espaces publics mosaïques. Acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.

BÉROUD Sophie et LEFEVRE Josette, 2010, « Le corpus syndical : une expérience au long cours », *Mots. Les langages du politique*, vol. 94, p. 97-106.

BROGOWSKI Leszek et NOURY Aurélie, 2012, « De la main à la main : le tract comme contre-pouvoir », *Sans niveau ni mètre. Journal du Cabinet du livre d'artiste*, vol. 22, p. 4

BURTIN Philippe, 1977, « Attitude et idéologie syndicales. Une analyse de tracts distribués à Renault-Billancourt », *Revue française de science politique*, vol. 27, n°6, p. 915-931.

CAMARADE Hélène, 2022, *Le tract en RDA 1949-1990. Instrument de résistance, d'opposition et de conquête de l'espace public*, Pessac, Presses universitaires de Bordeaux.

CONTAMIN Jean-Gabriel, 2008, « Le tract, à quoi bon ? », *Vacarme*, vol. 45, p. 68-71.

CUVELIER Laurent, 2024, *La ville captivée. Affichage et publicité au XVIII^e siècle*, Paris, Flammarion ;

DUNEZAT Xavier et GALERAND Eisa, 2013, « Division du travail militant et articulation des rapports de pouvoir dans les mouvements sociaux », *Raison présente*, vol. 186, p. 9-14.

DUNEZAT Xavier, 1998, « Des mouvements sociaux sexués », *Recherches féministes*, vol. 11, n° 2, p. 161-195.

FERRON Benjamin, 2024, *La communication des mouvements sociaux. Pratiques militantes et stratégies médiatiques*, Paris, Armand Colin.

FILLIEULE Olivier, LECLERCQ Catherine et LEFEBVRE Rémi (dirs.), 2022, *Le malheur militant*, Louvain-la-Neuve, De Boeck.

GIRAUD Laura et PINA Christine, 2018, « Les tracts en campagne à Razac. Ce que les tracts nous disent des pratiques et représentations politiques », in Sandrine Lévêque et Anne-France Taiclet (dirs), *À la conquête des villes*, Villeneuve d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, p. 229-254.

LEFEBVRE Rémi, 2016, « La modernisation du porte-à-porte au Parti socialiste. Réinvention d'un répertoire de campagne et inerties militantes », *Politix*, n°113, p. 91-115.

MABI Clément et THEVIOT Anaïs, 2014, « S'engager sur Internet. Mobilisations et pratiques politiques », *Politiques de communication*, vol. 3, n°2, p. 5-24.

MOTHÉ Daniel, 1976, « Lecture en usine : pratique et subversion du tract politique », *Esprit*, vol. 453, n°1, p. 117-133.

SILLETTI Alida Maria, 2019, « Discours sur la peur et contre l'Europe dans les tracts du Front National (2008-2017) », *De Europa*, vol. 2, n°1, p. 65-77.

STUPPIA Paolo, 2014, *Les tracts du mouvement « anti-CPE » de 2006. Sociologie d'une technologie militante*, Thèse de doctorat en science politique (dir. Isabelle Sommier), Université de Paris 1.

STUPPIA Paolo, 2018, « Le tract, genre à part ? Retour sur une enquête autour de la féminisation/neutralisation des écrits militants étudiants (2006-2010) », *¿ Interrogations ?*, vol. 27.

VIGNA Xavier, 2007, *L'insubordination ouvrière dans les années 68 : Essai d'histoire politique des usines*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.

Retrouvez la revue *Politiques de communication* en ligne :

 **Carnet Hypothèses** : [Politiques de communication](https://www.hypotheses.org/politiques-de-communication) | [Le blog de la revue \(hypotheses.org\)](https://www.hypotheses.org/blog)

Consignes aux auteurs pour la rédaction d'un article :

[Proposer un article](https://www.hypotheses.org/proposer-un-article) | [Politiques de communication \(hypotheses.org\)](https://www.hypotheses.org/politiques-de-communication)