

L'imagerie populaire

Annie Duprat

Professora de História Moderna na Université de Cergy-Pontoise/ CICC – Laboratoire communication et politique CNRS/ UPR 3255 – France. Autora de, entre outros livros, *Révolutions et mythes identitaires. Mots, molences, mémoire*. Paris: Nouve Monde Éditions, 2009.

RÉSUMÉ

L'imagerie que l'on appelle « populaire » est à la fois bien connue et souvent ignorée. Largement diffusée, surtout à partir du XIX^e siècle, dans les milieux les plus divers, elle a participé à la construction des imaginaires sociaux des populations ; accompagnant l'exil de Napoléon I^{er}, elle a entretenu la flamme de la gloire impériale, créant de ce fait une véritable geste héroïque, ce que l'on a nommé la « légende napoléonienne ». Multiforme, elle est toujours claire et très lisible car son objectif est de toucher le plus grand nombre de personnes. Mais, si l'imagerie d'Épinal est bien connue, il existe un océan d'images pour lesquelles il est important à présent de s'interroger. L'article présente quelques études de cas à partir de documents choisis à travers les siècles.

ABSTRACT

The imagery is called "popular" is both well known and often ignored. Widely disseminated, especially from the nineteenth century in all walks of life, she has participated in the social construction of imaginary people; accompanying the exile of Napoleon, She has maintained the flame of imperial glory, thereby creating a truly heroic, what has been called the "Napoleonic legend". Multifaceted, it is always clear and very readable because its goal is to reach as many people. But if Epinal imagery is well known, there is an ocean of images for which it is important to this inquiry. The article presents some case studies from documents selected through the centuries.

Recebido em: 10/05/2009

Aprovado em: 05/08/2009

L'imagerie populaire

Un océan d'images méconnues

Tout le monde connaît les figures des cartes à jouer et celles des cartes postales ou encore les belles joues roses et les boucles blondes du bébé Cadum, un exemple parmi d'autres des centaines de publicités qui s'étalent sur tous les panneaux d'affichage. Mais si ces images ont vocation à être largement diffusées et, de ce fait, popularisées, les considérons-nous comme des témoignages historiques et artistiques dignes d'intérêt? En France, on les regroupe sous le terme "imagerie populaire"¹? Images de catéchisme ou de confrérie, images publicitaires insérées dans les tablettes de chocolat ou reçues à l'école dès que le nombre des "bons points" acquis par un travail et une conduite irréprochables était suffisant, ou encore vignettes illustrées en tous genres, il existe un très grand nombre de ces figures aux lignes simples et à la lisibilité claire circulant dans toutes les couches de la société depuis la fin du XVII^e siècle. Si l'on ne retenait qu'un seul critère, celui de la mémorisation de ces figures par un public nombreux, ne devrait-on pas les considérer comme telles? Donner une définition unique qui soit pleinement satisfaisante pour tous les champs de la recherche sur l'imagerie populaire est difficile; on s'accordera, dans le cadre très bref de la présente réflexion, à s'en tenir à une

définition large, délibérément très extensive: "Ensemble d'images faciles à comprendre et destinées à une grande diffusion". Pourtant, il est difficile, encore aujourd'hui, de classer ces documents, le critère de la reproductibilité technique n'étant pas unique puisque l'imagerie d'Épinal fait une part importante au lieu de fabrication, Épinal (ville de Lorraine, dans la région est de la France), dont le nom est devenu quasiment générique. On mettra donc sous le vocable "imagerie" une production d'estampes destinées à être vendues à la feuille et à faible prix soit par des libraires – qui sont souvent éditeurs-libraires jusqu'au milieu du 19^e siècle étant donné la confusion des métiers – soit par l'intermédiaire de colporteurs. Cette production concerne le plus souvent des sujets religieux, mais elle peut comprendre des scènes d'actualité; ce sont des images sanglantes ou extravagantes, extraites des "canards", nom familier donné aux journaux populaires qui prolifèrent entre le XVII^e et le XIX^e siècles ou des productions de la Bibliothèque Bleue, ces livres peu onéreux fabriqués et vendus à Troyes, ville de Champagne); ce sont aussi des portraits, des sujets de la vie quotidienne traités dans une veine plus ou moins satirique, des thèmes littéraires (récits traditionnels dérivant des fabliaux médiévaux, des proverbes ou des fables de La Fontaine par exemple).

¹ Nicole Garnier, *L'imagerie populaire française*, vol. 1 *Gravures en taille-douce et en taille d'épargne*, ATP et RMN, 1990 ; vol. 2, *Images d'Épinal gravées sur bois*, ATP, RMN et BNF, 1996 (avec la collaboration de Maxime Préaud et de Suzanne Valladas). Un premier état de mes recherches en ce domaine a été publié en 2001 : voir Annie Duprat, " L'imagerie populaire du Grand Ouest ", *Annales de Bretagne et des pays de l'ouest*, tome 108, 2001, p. 45-66.

L'imagerie populaire excelle dans l'hagiographie et dans une iconographie religieuse providentielle et consolatrice². Mais elle s'attache également à multiplier les rébus, les fables animalières ou les "mondes à l'envers "et autres "mondes renversés"³, les comptines et les leçons de morale à destination des enfants, ainsi que des histoires amusantes ou moralisatrices. Les conservateurs de musées et de bibliothèques, comme les collectionneurs, mettent encore à part l'immense fonds iconographique des cartes postales, encore peu exploité mais dont le contenu, des plus variés, est prometteur pour les historiens. De nos jours, on peut encore admettre que les différents logos illustrés, les cartes de téléphone, les "magics" ou les "magnets", quelque soit le nom qu'on leur donne, jouent le même rôle que l'imagerie populaire traditionnelle, même si leur fonction est le plus souvent publicitaire.

Enfin, la reproductibilité technique massive, qui a commencé au cours de la seconde moitié du XVII^e siècle avec le perfectionnement de la technique de l'eau forte et la multiplication du nombre d'éditeurs d'estampes à Paris, puis avec la maîtrise des techniques de reproduction peu onéreuses (gravures sur bois, lithographie au XIX^e siècle, photogravure, offset, héliogravure, impression numérique enfin). Ces changements s'accompagnant de l'accroissement considérable du public potentiel, les sujets traités par l'imagerie populaire changent également; les masses acquièrent une culture

commune, en particulier dans le domaine de l'Histoire, qui est faite du culte des héros et des braves; les imagiers la maison Pellerin d'Épinal contribuent à la création de cette culture. Des modifications sociales importantes s'opèrent alors et l'on passe de l'atelier familial, où la femme vendait ce que l'homme fabriquait à des ateliers où les ouvriers se comptent par dizaines. Lorsque, autour des années 1850, la maison Pellerin commence à utiliser la lithographie, les tirages sont beaucoup plus élevés, la diffusion se fait plus large, les thèmes et public changent: "l'imagerie d'Épinal" acquiert le statut de "lieu de la mémoire nationale" en produisant de nombreuses scènes d'Histoire de France destinées aux enfants.

L'intérêt de ces images est immense; malheureusement, elles ont disparu ou sont pour la plupart dispersées, n'ont guère attiré l'attention des historiens et des historiens de l'art et ne sont pas mises en catalogues⁴. Témoin des imaginaires mentaux des sociétés anciennes, proche de nous par la chronologie mais très éloignée par les références et les pratiques culturelles, l'imagerie populaire a pourtant été bien étudiée par les ethnologues et par les folkloristes⁵. Mais il existe encore tout un pan de la production, encore plus difficile à saisir, qui consiste en dominoterie, papiers peints, calendriers, jeux de l'oie et autres. Nous avons choisi de privilégier ici les usages sociaux de l'image. Ainsi allons-nous nous interroger sur les objectifs utilitaires des images:

² Christophe Beauducel, " À propos des images populaires. Étude d'une image caennaise ", *Nouvelles de l'estampe*, n°172, mars 2000, p. 6-17, consacrée à l'image *Cantique spirituel de S^{te} Marie-Madeleine*, produite à Caen à la fin du XVII^e siècle. La revue *les Nouvelles de l'estampe* a récemment consacré quelques précieux numéros pour cette question : n°185-186, déc. 2002-fév. 2003 sur la gravure sur bois depuis 1400 et n°197-198, déc. 2004-fév 2005, sur la guerre 14-18 dans l'imagerie d'Épinal.

³ Voir le livre précurseur d'Achille Bertarelli, *L'imagerie populaire italienne*, Paris, Duchartre et Van Buggenhoudt, 1929.

⁴ Jean Adhémar, *L'imagerie populaire française*, Milan, 1968. Mais les nombreux papiers de commerce avec des en-têtes illustrées conservées à la B.N. Estampes dans la série Li ne sont jamais consultés.

⁵ En particulier via les revues *Ethnologie française* et *Terrains*.

- L'image est-elle une source d'information et comment opère-t-elle?
- L'image est-elle engagée comme on peut le voir dans le cas de certaines séries iconographiques de l'époque révolutionnaire?
- Dans quelle mesure participe-t-elle à l'édification pieuse de la jeunesse avec l'exemple d'une image de catéchisme?

Les usages sociaux de l'imagerie populaire

Pour être vues, les images doivent être faites mais doivent également circuler, c'est à dire être diffusées et exposées à la vue du plus grand nombre, être comprises et entrer dans la mémoire collective. L'imagerie, souvent en couleurs depuis le début du XVIII^e siècle, s'adresse prioritairement à un public peu lettré d'où son caractère volontiers didactique, le but visé étant davantage l'édification que l'esthétique; elle accompagne les activités quotidiennes, sert à diffuser une culture commune allant de l'astrologie aux proverbes et de la satire aux remèdes médicinaux; parfois, elle rend compte d'une actualité héroïque ou enseigne des valeurs morales ou religieuses⁶. Au cours des XVII^e et XVIII^e siècles, on observe l'apparition de dynasties familiales d'éditeurs d'estampes qui diffusent leur production grâce à des bureaux de vente à travers tout le pays, comme l'avait signalé il y a longtemps Jean Adhémar qui insistait tout particulièrement sur l'Ouest de la France avec les Bonnemers à Falaise, les Hoyaux à Chartres, les Sevestre, les

Perdoux et les Letourmi à Orléans, ainsi que des ateliers dont le rayonnement est grand, comme pour l'imagerie chartraine qui est illustrée par la famille Garnier-Allabre à Chartres ou les maisons Portier et Leloup au Mans⁷. Au cours du XIX^e siècle, la production d'images, à présent devenue quasiment industrielle, est essentiellement celle de l'est de la France, avec des centres de production tels que Metz, Epinal, Nancy, ou Wissembourg⁸.

Les sujets traités et le graphisme des images populaires appartiennent à une tradition du dessin classique car toute rupture risquerait de heurter le client. Au cours du XVII^e siècle, lorsque s'est développée la gravure sur cuivre à l'eau-forte, qui nécessitait des moyens techniques supérieurs, donc un coût financier augmenté, les imagiers se sont repliés uniquement sur la technique de la gravure sur bois. Sous l'Ancien Régime, les images populaires ne requièrent pas l'autorisation de la Direction de la Librairie, à la différence de l'écrit, sauf si elles sont assorties d'une lettre importante. Cette particularité explique le laconisme de beaucoup d'estampes, ainsi que la pratique d'inclure une image dans un cadre indépendant et réutilisable pour d'autres comportant le texte (souvent une chanson ou une complainte traditionnelle). Enfin, notons que la plupart des images produites en province font la part belle aux événements parisiens, même lorsque des événements similaires se sont déroulés localement; citons l'exemple flagrant de l'imagerie mancelle concernant l'envol en ballon qui a eu lieu à

⁶ En 1688, Johannes Teyler obtient de faire protéger sa technique d'impression en couleurs dite "à la poupée" par un privilège des États généraux de Hollande pendant 25 ans, *Anatomie de la couleur. L'invention de l'estampe en couleurs*, ss dir. Florian Rodari, Paris/Lausanne, BNF/Musée Olympique, 1996, p. 31.

⁷ Jean Adhémar, *L'imagerie populaire, op. cit., supra*; René Saulnier, *L'imagerie populaire du Val de Loire (Anjou, Maine, Orléanais, Touraine)*, Angers, 1945; Pierre-Louis Duchartre et René Saulnier, *L'imagerie populaire*, Paris, 1925; Pierre Casselle, "Recherches sur les marchands d'estampe d'origine cotentinoise à la fin de l'Ancien Régime", *Bulletin d'histoire moderne et contemporaine*, 1978, Paris, p. 75-93.

⁸ Dominique Lerch, *Imagerie populaire en Alsace et dans l'est de la France*, Nancy, 1992.

Paris en 1783: l'imagier et marchand d'estampes Portier du Mans choisit de représenter cette scène en négligeant la chronique locale mancelle, en particulier l'envol qui se déroule au Mans le 3 mai 1784⁹. On trouve des exemples de ce type à Chartres, Tours, Orléans et sans doute dans de nombreux autres foyers de l'imagerie populaire.

Les deux exemples développés ci-dessous seront placés sous l'exergue de la remarque de Champfleury, un érudit qui avait contribué au cours du XIX^e siècle à donner à l'imagerie populaire ses lettres nobles:

De l'imagerie découlent encore divers enseignements historiques et, si on ne juge pas digne de faire entrer, même au dernier rang, l'image dans l'histoire de l'art, elle tiendra sa place au premier rang dans l'histoire des mœurs¹⁰.

L'image populaire sous l'ancien régime

Dès le début du XVII^e siècle, la production de gravures abandonne le domaine politique qui était prépondérant au siècle précédent à cause des guerres de Religion pour se tourner vers le genre burlesque, la cocasserie, les satires sociales et les proverbes moralisateurs ou acides. Un nouveau genre apparaît, celui des "Cris de Paris", qui met en scène avec tendresse et amusement les petits métiers et la vie bruyante d'une grande ville¹¹. Tandis que l'imagerie religieuse se renforce, avec la production de figures de saints et de récits de miracles, la littérature populaire de la "Bibliothèque Bleue", à cause de la couleur bleue du papier de couverture est souvent

illustrée (almanachs, horoscopes, remèdes de médecine, récits de crimes, contes, proverbes et facéties). L'atelier de Jacques Lagniet (vers 1600-1675), "marchand-imagier" qui tient boutique à Paris sur la rive droite de la Seine, rue Saint-Martin, avant de s'installer sur le quai de la Mégisserie, est prépondérante au XVII^e siècle, en raison du grand nombre et de la variété de ses productions. Fabricant et marchand de gravures sur bois, il est à la tête d'un atelier comportant un grand nombre de compagnons, ce qui explique une production très importante: un *Recueil des plus illustres proverbes*, une *Vie de Tiel Wlespiegle*, les *Adventures du fameux Don Quixote de la Manche* et différentes planches isolées qui correspondent parfois à des commandes passées par d'autres éditeurs d'estampes. Célèbre en son temps, son *Recueil des plus illustres proverbes* est organisé en trois livres: des "proverbes moraux", des "proverbes joyeux et plaisants" et une dernière partie annoncée en ces termes, "la vie des Gueux en proverbes". Cependant, si le dessin est toujours précis et la composition très inventive, l'habitude d'inclure des éléments de la lettre à l'intérieur de l'image, dans un désordre apparent mais qui correspond à la volonté maîtrisée de dire le maximum de choses de manière ludique, rend parfois difficile la compréhension de l'image. Les estampes de Jacques Lagniet ornent très souvent les livres d'histoire, sans que son nom apparaisse, tant cet homme, célèbre de son temps, a sombré dans un oubli dont sa production abondante est peut-être justement la cause. Il est vrai aussi que la lisibilité de ses estampes n'est pas immédiate aujourd'hui car il intègre des textes parfois trop

⁹ Annie Duprat, "L'imagerie populaire du Grand Ouest", *Annales de Bretagne et des pays de l'Ouest*, tome 108, 2001, p. 45-66.

¹⁰ Champfleury, *Histoire de l'imagerie populaire (1821-1889)* Paris, Dentu, 1869, rééd. Cœuvres, Ressouvenances, 2004.

¹¹ Vincent Milliot, *Les cris de Paris ou le peuple travesti. Les représentations des petits métiers parisiens (XVI^{ème}-XVIII^{ème} siècles)*, Publications de la Sorbonne, 1995.

codés pour être facilement compréhensibles à l'intérieur même de l'image¹².

La Révolution française

Un siècle plus tard, avec la Révolution, les images se multiplient et se font plus claires, plus directes, participant avec efficacité aux grands enjeux du moment. L'assassinat d'une jeune fille de 19 ans le 22 mars 1796 dans des conditions restées obscures dans la forêt de Blandouët (province du Maine) alors qu'elle se rendait au marché a suscité une grande émotion et généré de multiples images d'actualité en cette période troublée. Pas moins de trois estampes sont produites, l'une par Letourmy, l'autre par Portier du Mans, la troisième par Godard d'Alençon, sans que l'on puisse distinguer un ordre chronologique entre ces trois représentations différentes d'un même événement¹³. La maison Letourmy, la plus célèbre des trois, installée à Orléans depuis 1774, est exemplaire d'une croissance extraordinaire au XVIII^e siècle puisqu'elle compte une centaine de dépositaires dans toute la France. Les productions Letourmy obéissent presque toujours aux mêmes règles: une image coloriée au centre de la planche entourée sur les quatre côtés de textes qui, soit explicitent la scène centrale en racontant l'événement, soit l'accompagnent par des chansons, des plaintes, des prières ou des comptines. Racontant des faits-divers, des vies de saints ou des événements marquants de l'histoire de France, comme la prise de la Bastille, les Letourmy jouent au XVIII^e siècle un rôle équivalent à celui que joueront les Pellerin avec l'imagerie d'Épinal au XIX^e siècle.

Une gravure en couleurs de grand format (36 x 31 cm) issue de l'atelier de Jean-Baptiste Letourmy, *Complainte véritable sur la mort de Perrine Dugué*, montre crûment l'assassinat de Perrine Dugué. Si l'histoire est vraie, l'identité des criminels n'est pas clairement établie, mais une rumeur circule bientôt: "la sainte aux ailes tricolores" fait des miracles, en particulier en guérissant les femmes stériles et en faisant marcher les paralytiques...

La légende napoléonienne

La légende napoléonienne, qui s'est construite progressivement à partir de l'abdication de Napoléon Ier, s'est renforcée après sa mort le 5 mai 1821. Le principal vecteur de diffusion des images et des histoires exemplaires destinées à composer une légende de nature hagiographique à la gloire de l'Empereur est encore la maison Pellerin d'Épinal. L'histoire de cette fabrique remonte au milieu du XVIII^e siècle lorsque Nicolas Pellerin (1703-1773) s'installe marchand-cartier à Épinal; lui succède son fils Jean-Charles (1756-1836), qui est en même temps horloger (la proximité des métiers de l'image avec ceux de l'orfèvrerie ou de l'horlogerie est ancienne et se justifie par la minutie du travail). Dès les débuts de l'Empire, la maison Pellerin participe à une exposition organisée à Paris par Napoléon. Condamné en 1816 pour diffusion d'images bonapartistes, Jean-Charles Pellerin est cependant gracié. Dès lors, la fabrique Pellerin ne cesse de se développer, surtout avec l'invention des cartons à découper¹⁴ par

¹² Annie Duprat, *Images et Histoire. Outils et méthodes d'analyse des documents iconographiques*, Paris, Belin, 2007, p. 134. Voir aussi <http://expositions.bnf.fr/bosse/reperes/index.htm> ou encore le site du château de Sceaux, <http://www.collections.chateau-sceaux.fr/PreviewsLis.htm?idlist=1&record=19104747313919229291>.

¹³ Annie Duprat, " Provinces-Paris ou Paris-provinces ? Iconographie et Révolution française ", *Annales historiques de la Révolution française*, n°330, oct-déc 2002, p. 9-27, <http://ahrf.revues.org/document738.html>.

¹⁴ Ce sont des figurines illustrées.

Charles-Nicolas (1827-1887) et le passage progressif à la lithographie à partir de 1852. Pellerin, qui absorbe ses concurrents comme la maison de Charles Pinot, acquiert un renom national et même international; le succès de sa production est sans doute dû aux thèmes iconographiques choisis, qui sont soit des hagiographies de facture simple, soit des récits historiques. L'imagerie Pellerin a beaucoup contribué au façonnement des mentalités collectives au XIX^e siècle.

Le document présenté ici (Figure 1) raconte la *Bataille des Pyramides*, qui s'est déroulée lors de la campagne d'Égypte le 21 juillet 1798, mais cette gravure sur bois coloriée est bien postérieure à l'événement puisque le dépôt légal atteste de la date du 7 juillet 1830. De dimensions moyennes

(42cm x 63cm), elle est construite de façon parfaitement géométrique: à droite, les troupes françaises autour de Bonaparte composent une ligne brisée et ouvrent le feu sur les mamelouks, les janissaires et les spahis autour de leur chef Mourad Bey qui, sabre dressé, s'élancent vers eux. Au premier plan et au centre de l'image, on voit trois victimes portant l'uniforme des mamelouks et des trophées d'armes. Le paysage au fond offre deux lignes de fuite: à droite, vers un fortin (barrières en bois) dont les bâtiments sont identifiés par les croissants de l'Islam (l'ennemi à vaincre), à gauche vers des pyramides (référence à une gloire ancienne à atteindre). La lettre, qui fait montre de beaucoup de respect à l'égard de l'adversaire, explique la tactique des troupes de Bonaparte:



Figure 1. Bataille des Pyramides, par GeorGIN, 1838, Imagerie Pellerin à Épinal (collection Annie Duprat)

L'armée française, victorieuse à Chébreisse, arrive le 21 juillet 1798 au pied des pyramides. Les Mamelouks, au nombre de 13 000, appuyés sur le camp retranché d'Embaleh, où se trouvent 20 000 janissaires et spahis avec 50 pièces de canon l'attendent avec confiance, le brave Mourad Bey à leur tête. Bonaparte fait de ses cinq divisions cinq bataillons carrés et se porte en avant en leur disant: "Français, songez que du haut de ces pyramides quarante siècles vous contemplent". Les Mamelouks s'ébranlent et fondent rapidement sur eux. Le général français les laisse approcher pour les séparer du camp et de manière à ce qu'ils se trouvent tout à coup assaillis par le feu croisé de nos cinq divisions. Les Mamelouks font des efforts inouïs pour les enfoncer; ils périssent foudroyés par le feu de nos carrés, comme sous les murs d'autant de forteresses. Le camp des ennemis est enlevé à la baïonnette; ses trésors, ses riches bagages, 400 chevaux, des vivres dont les Français manquaient depuis plusieurs jours, tombent au pouvoir des vainqueurs et la possession du Caire est assurée.

Tous les détails de cette image réalisée par François Georgin (1801-1863), le plus connu des imagiers, auteur d'environ 200 gravures sur bois, soit plus du dixième de la production Pellerin, contribuent à exalter la figure du grand empereur triomphateur.

Les images de catéchisme

Le XIX^e siècle a été le théâtre d'une entreprise de reconquête catholique de la France par des missions, par l'organisation de pèlerinages, la construction d'églises et le renouvellement de la catéchèse. Des prêtres, mais aussi des particuliers, composent des catéchismes à destination des enfants qui associent deux contraintes: dispenser l'enseignement de la doctrine chrétienne de la façon la plus efficace possible tout en délivrant des considérations morales fortes.

Les maisons d'éditions de ces livres de catéchisme dont la pédagogie est fondée sur l'utilisation systématique d'images rencontrent un grand succès: la Bonne Presse pour *Le Grand catéchisme en images* en 1884 et Tolra pour le *Grand album d'images pour l'explication du catéchisme* en 1899. La planche présentée ici (Figure 2) est extraite de l'album de la maison Tolra, qui choisit pour les enfants le registre de la morale davantage que celui de la doctrine; le projet pédagogique d'ensemble est "voir pour croire". L'éditeur a d'ailleurs pris soin de transposer ses images sur des plaques de verre afin de permettre des projections et donc un commentaire collectif¹⁵.

Le document, intitulé *Péchés de langue* est ancré dans les représentations de la vie quotidienne avec une référence à l'iconographie de la presse à grand tirage de façon à créer chez le jeune une familiarité avec l'objet et à stimuler un sentiment d'appartenance. Par ailleurs, cette image joue sur plusieurs registres, celui de la morale, de la pastorale mais aussi de l'histoire et du souvenir des victimes de la Révolution de 1789. *Péchés de langue* planche de grande taille (35cm x 48cm) figure dans le chapitre "vérités, devoirs et sacrements". Sous la figure tutélaire de deux religieuses et d'un prêtre (que l'insertion dans un cadre transforme en figures de saints), un groupe (qui ressemble à une famille) se promène paisiblement dans la forêt. Un homme, véritable *paterfamilias* bourgeois et silencieux, marche seul en avant; deux jeunes femmes bavardent et l'une le désigne du doigt à l'autre; une petite fille, près de la rivière où deux femmes aux visages ridés et peu amènes sont occupées à bavarder tout en lavant le linge, est grondée par une jeune femme que l'on suppose être sa mère. La

¹⁵ Isabelle Saint-Martin, *Voir, savoir, croire. Catéchisme et pédagogie au XIX^e siècle*, Paris, Champion, 2003.

lettre en bas de l'image explique que "une petite fille a dérobé un fruit. Elle le cache. Sa mère veut lui faire avouer son larcin, elle nie effrontément". En bas de l'image, dans trois rectangles on voit un chat, figure de l'hypocrisie, des guêpes, figures de la médisance, et, au centre, "une méchante langue entourée de feu: la langue est comme le feu, quels ravages elle cause". Le détail de la lettre donne des explications absolument indispensables à la compréhension de l'image: les religieuses sont des martyres mises à mort en Chine en 1879, le prêtre est "M. Durand et nombre de prêtres pendant la Grande Révolution qui ont refusé de se sauver la vie par un mensonge", comme on peut le lire sur l'image. On voit que, sans ces informations écrites, le document serait incompréhensible.

Le dossier de l'imagerie populaire est immense car il peut être étendu à toutes les illustrations figurant sur divers supports (timbres postes et billets de banque, publicités commerciales, logos institutionnels ou badges, liste non limitative). Parvenus à la conclusion de ce bref article programmatique, nous souhaiterions appeler à une enquête qui pourrait être conduite dans les grands fonds des imprimeurs éditeurs d'estampes de second rang; les hypothèses de classement et de travail devant prendre en compte de façon première les usages sociaux de ces images (édification morale, connaissance de l'histoire, construction d'une identité etc...). Une enquête de ce type aurait le mérite de combler une lacune importante de l'histoire culturelle qui, pourtant, occupe un espace considérable dans l'historiographie contemporaine¹⁶.

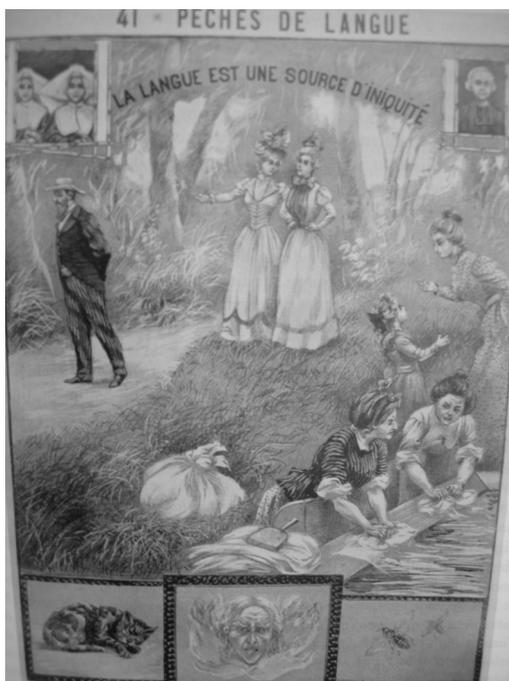


Figure 2. Péchés de langue, extrait du Grand album d'images pour l'explication du catéchisme de la maison Tolra, 1899 (collection Isabelle Saint-Martin).

¹⁶ Jean-Yves Mollier (dir.), *La lecture et ses publics à l'époque contemporaine. Essais d'histoire culturelle*, Paris, PUF, 2001, 186 p. Traduction en portugais/brésilien, *A Leitura e Seu Publico no Mundo Contemporâneo. Ensaios sobre História Cultural*, Sao-Paulo, Autêntica, 2008.

Referências Bibliográficas

- ADHÉMAR, Jean. *L'imagerie populaire française*, Milan, 1968.
- BAUDUCCEL, Christophe. À propos des images populaires. Étude d'une image caennaise. *Nouvelles de l'estampe*, n°172, mars 2000, p. 6-17.
- BERTARELLI, d'Achille. *L'imagerie populaire italienne*. Paris, Duchartre et Van Buggenhoudt, 1929.
- CASSELLE, Pierre. Recherches sur les marchands d'estampe d'origine cotentinoise à la fin de l'Ancien Régime. *Bulletin d'histoire moderne et contemporaine*. 1978, Paris, p. 75-93.
- CHAMPFLEURY, *Histoire de l'imagerie populaire (1821-1889)*. Paris, Dentu, 1869, rééd. Œuvres, Ressouvenances, 2004.
- DUCHARTRE, Pierre-Louis; SAULNIER, René. *L'imagerie populaire*, Paris, 1925.
- DUPRAT, Annie. *Images et Histoire. Outils et méthodes d'analyse des documents iconographiques*, Paris, Belin, 2007.
- _____. L'imagerie populaire du Grand Ouest. *Annales de Bretagne et des pays de l'Ouest*, tome 108, 2001.
- _____. Provinces-Paris ou Paris-provinces? Iconographie et Révolution française. *Annales historiques de la Révolution française*, n°330, oct-déc 2002.
- GARNIER, Nicole. *L'imagerie populaire française*, vol. 1 *Gravures en taille-douce et en taille d'épargne*, ATP et RMN, 1990 ; vol. 2, *Images d'Épinal gravées sur bois*, ATP, RMN et BNF, 1996 (avec la collaboration de Maxime Préaud et de Suzanne Valladas).
- LERCH, Dominique. *Imagerie populaire en Alsace et dans l'est de la France*. Nancy, 1992.
- MILLIOT, Vincent. *Les cris de Paris ou le peuple travesti. Les représentations des petits métiers parisiens (XVI^{ème}-XVIII^{ème} siècles)*. Publications de la Sorbonne, 1995.
- MOLLIER, Jean-Yves (dir.). *La lecture et ses publics à l'époque contemporaine. Essais d'histoire culturelle*. Paris, PUF, 2001.
- RODARI, Florian. *Anatomie de la couleur. L'invention de l'estampe en couleurs*, ss dir. Paris/Lausanne, BNF/Musée Olympique, 1996, p. 31.
- SAINT-MARTIN, Isabelle. *Voir, savoir, croire. Catéchisme et pédagogie au XIX^e siècle*, Paris, Champion, 2003.
- SAULNIER, René. *L'imagerie populaire du Val de Loire (Anjou, Maine, Orléanais, Touraine)*, Angers, 1945.