UNIVERSITÉ PARIS-SORBONNE

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
Facultad De Ciencias Sociales

ÉCOLE DOCTORALE V

Concepts et Langages

Laboratoire de recherche GRIPIC

T H È S E

pour obtenir le grade de
DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ PARIS-SORBONNE EN

SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ DE BUENOS AIRES EN
SCIENCES SOCIALES

Présentée et soutenue publiquement par

Mme. Ana Mercedes PEDRAZZINI

le 14 décembre 2010

La construction de l'image présidentielle dans la presse satirique : vers une grammaire de l'humour.
Jacques Chirac dans l'hebdomadaire français *Le Canard enchaîné* et Carlos Menem dans le supplément argentin *Sátira/12*

Sous la direction de :

Mme. Françoise BOURSIN, Professeur, Université de Paris IV Sorbonne – CELSA

M. Horacio GONZÁLEZ, Professeur, Universidad de Buenos Aires

JURY :
M. Patrick CHARAUDEAU, Professeur, Université Paris Nord – Paris XIII

M. Yves JEANNERET, Professeur, Université de Paris IV Sorbonne – CELSA

Mme. Nora SCHEUER, Universidad Nacional del Comahue – Chercheur CONICET

M. Oscar STEIMBERG, Professeur, Universidad de Buenos Aires

Rapporteurs :

Mme. Nora SCHEUER, Universidad Nacional del Comahue – Chercheur CONICET

M. Francis YAICHE, Professeur, Université Paris Descartes – Paris V

A Pablo. A Mercedes y Miguel.

A mis tías Nina y Chela,
por su espíritu, su humor y sus ganas de vivir.

Remerciements

Mes premiers remerciements sont pour ma directrice Françoise Boursin, qui m'a accompagnée et soutenue tout au long de ce chemin. Elle a toujours montré une très bonne prédisposition pour surmonter les nombreux obstacles que nous avons rencontrés aux différents stades de ma thèse. Merci pour vos encouragements permanents, pour votre patience et votre confiance.

Mis agradecimientos también a Horacio González, quien aceptó ser mi director por la parte argentina y me brindó su apoyo durante estos años.

J'aimerais remercier Patrick Charaudeau, Yves Jeanneret, Nora Scheuer et Oscar Steimberg qui me font l'honneur d'être membres de mon jury. A Francis Yaiche et Nora Scheuer d'être rapporteurs.

Aux membres du GRIPIC, particulièrement à Véronique Richard, Emmanuël Souchier, Yves Jeanneret, le personnel de la bibliothèque du CELSA. Je pense aussi à Odile Cortinovis et Mireille Sautereau, qui m'ont aidée efficacement avec les nombreuses démarches administratives que j'ai dues faire au cours de ces années.

Agradezco también al personal de la Secretaría de Posgrado de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, en especial a Carolina Mera y Silvina Emanuelli, a la secretaria de Relaciones Internacionales de la universidad, Sara Bloch, por su eficacia, y a Inés Lequio, de Rectorado.

A los distintos miembros del CRUB, que me han brindado su apoyo, al decano Víctor Baez, al secretario de Investigación, Marcelo Alonso. A todas mis colegas: Laura, Natalia, Astrid; a Sol, una buena compañera de trabajo, con quien he compartido muchas cosas, desde inquietudes, tardes de té en la oficina y mediodías en la pileta !

Agradezco especialmente a Montse y Nora, por su enorme generosidad tanto en el plano intelectual como en el afectivo. Me abrieron las puertas a su equipo, compartieron conmigo saberes y experiencias y me alentaron en momentos difíciles. Admiro Nora la capacidad que tenés para "empaparte" de los trabajos de otros y dar siempre una visión aguda y pertinente.

A las distintas instituciones que brindaron su apoyo económico, facilitando la realización y conclusión de la tesis: CONICET, Agencia de Promoción Científica y Técnica, Universidad del Comahue, Secretaría de Políticas Universitarias, Université Paris-Sorbonne.

Un grand merci à Cléo pour sa gentillesse, sa sympathie et sa très grande disponibilité. Elle m'a ouvert les portes du *Canard* et m'a aidé aux différentes étapes de la thèse. Je remercie vivement tous les membres du *Canard* qui m'ont consacré un temps que je considère très précieux, partageant avec moi leurs avis et savoirs : les rédacteurs en chef Claude Angeli et Erik Emptaz, l'administrateur Nicolas Brimo, les journalistes Hervé Liffran, Jean-Yves

Viollier et David Fontaine, l'ancien secrétaire général Jacques Lamalle, les dessinateurs Kerleroux, Lefred-Thouron et spécialement Cabu et Pétillon.

Doy también las gracias a Rudy, Pati de *Sátira/12*, por su interés y generosidad. Aprecio el valioso tiempo que destinaron a responder mis preguntas.

Aux membres des deux journaux de m'avoir autorisé à publier quelques unes des caricatures que j'ai analysées dans divers travaux de recherche.

Mon parcours de recherche s'est nourri, à des moments divers, des idées, suggestions et commentaires de personnes issues de divers horizons académiques. Je tiens à remercier tous les professeurs et spécialistes qui ont partagé avec moi leurs savoirs et m'ont fourni de bons conseils, dont Georges Molinié, Monique Mousset-Chalanset, Emmanuël Souchier, Annick Dubied, Ana B. Flores, José María Gutiérrez, et très spécialement, Patrick Charaudeau et Oscar Steimberg.

Je pense aussi à Françoise, Charlotte et Phuong, qui m'ont aidé dans mon travail de « détective » en ce qui concerne la compréhension de nombreuses références à la langue et à la culture française. Quelle chance j'ai eue de rencontrer à Bariloche Françoise, une lectrice fidèle du *Canard*, très informée, rapide et perspicace.

Un grand merci à Céline, Raphaëlle et Silvana, qui ont contribué à la relecture et correction du style de plusieurs chapitres de la thèse. A Guillaume de m'avoir aidé avec la traduction des titres si complexes que sont ceux de *Sátira/12*.

Un agradecimiento muy especial a toda mi familia y amigos, por su apoyo y aliento. A mamá y papá, por siempre estar, a Pablo y Marcos. A la gente de Córdoba, que siempre llevo dentro mío y a los ex cordobeses, que migraron para otros lares. A toda la parentela del sur, a mis amigos europeos. Tíos, primos, sobrinos y cuñados. Amigos de infancia, de adolescencia y juventud. A los que ya no están físicamente pero siempre estarán presentes. A todos y cada uno, gracias de todo corazón.

Al escribir estas últimas páginas, pienso muy especialmente en mi compañero de vida, gran sostén incondicional y ayuda permanente. Hacia quien mis palabras de amor y agradecimiento nunca alcanzarán para expresar lo que siento. Brindo por el cierre de esta etapa… y por el comienzo de otra.

Avertissements

- Une partie de ce travail est consacrée à l'étude de la construction de l'image que le *Canard enchaîné* et *Sátira/12* font des présidents Jacques Chirac et Carlos Menem respectivement, et à aucun moment il n'est question de nos propres opinions politiques.

- Pour une meilleure lisibilité et accessibilité, les images des corpus servant à exemplifier la démarche entreprise et les résultats des analyses sont présentées dans le corps de la thèse.

- La totalité des citations présentées en français dont les ouvrages consultés ont été publiés dans une autre langue, ont été traduites par l'auteur de cette thèse. Quand nous le jugeons nécessaire, la citation originale est présentée en note de bas de page.

- Le système de citation choisi est le suivant : toutes les références bibliographiques citées dans la thèse se présentent la première fois de manière complète en bas de page et ensuite entre parenthèses avec l'année de l'ouvrage (et éventuellement le numéro de page du passage cité) dans le corps de la thèse.

Sommaire

Liste des abréviations **13**

Introduction **15**

PREMIÈRE PARTIE : Communiquer la politique à travers le risible : la presse satirique contemporaine. Cadre théorique **31**

Chapitre 1 : Formes du risible **33**
1.1 Le rire, le risible et le comique 34
1.2 Théories du comique et du rire 35
1.2.1 La théorie de la supériorité 36
1.2.2 La théorie de la décharge psychique 38
1.2.3 La théorie de l'incongruité 39
1.2.4 D'autres apports théoriques 41
1.3 A propos des formes du risible 43
1.3.1 La difficile tâche de définir les concepts clés : l'humour, le comique, le mot d'esprit et la satire, dans les dictionnaires 43
1.3.2 L'humour et le comique : différencier deux notions vaguement définies et souvent confondues 46
1.3.3 Le wit anglais, le mot d'esprit français, le witz allemand 49
1.3.4 La parodie et le pastiche 51
1.3.5 Le burlesque et le grotesque 53
1.3.6 L'ironie 55
1.3.7 Le nonsense ou le comique de l'absurde 57
1.3.8 La satire 58
1.4 Procédés comiques 60
1.4.1 Théorie des Scripts Sémantiques de l'Humour 61
1.4.2 Théorie Générale de l'Humour Verbal 62
1.4.3 Le jeu, l'agressivité et l'absurde, à propos de Boris Vian 63
1.4.4 Les trois procédés basiques identifiés par Henri Bergson 64
1.4.5 Une approche énonciative des procédés comiques 65
1.5 Récapitulatif 66

Chapitre 2 : L'image médiatique de l'homme politique : autour de la visibilité et la personnalisation **69**
2.1 L'exercice politique personnifié et personnalisé : Vedettisation et spectacularisation 70
2.2 Image, représentation, image médiatique 73
2.3 L'*ethos*, un entrecroisement de regards 74
2.4 Les apports de la psychologie politique pour l'étude de l'image de l'homme politique 76
2.5 Du reflet du réel à la construction médiatique 79

2.6 Récapitulatif 81

Chapitre 3 : La satire et la caricature politiques : déconstruire pour reconstruire .. 85
3.1 La satire à l'heure actuelle 85
3.2 Principes basiques de la satire 88
3.3 La satire politique écrite, la satire politique visuelle 91
3.3.1 Dessin de presse, dessin humoristique ou caricature politique ? 92
3.3.2 Traits caractéristiques de la caricature politique 92
3.3.3 Après la caricature, le *strip* politique 95
3.3.4 Eléments constitutifs de la caricature à une ou plusieurs vignettes 96
3.3.5 Vers un modèle triadique pour l'étude de la caricature politique à une ou plusieurs vignettes en tant que discours hybride et symbiotique 97
3.3.6 Deux journaux avec des convergences 98
3.4 Récapitulatif 108

RÉCAPITULATIF DE LA PREMIÈRE PARTIE 111

DEUXIÈME PARTIE : Poser les bases théorico-méthodologiques et contextuelles de la recherche 113

Chapitre 4 : Une approche semio-linguistique et rhetorico-stylistique du verbal et du visuel dans la presse satirique 115
4.1 Un carrefour de courants théoriques pour l'étude des matérialités langagières du discours satirico-humoristique 115
4.2 Un langage, un code, une grammaire humoristique ? 116
4.3 Le verbal et le visuel, le linguistique et l'icono-plastique 119
4.3.1 L'approche intégrationnelle 120
4.3.2 Autour du rapport « texte-image » 122
4.4 Rhétorique et stylistique 123
4.4.1 Une rhétorique appliquée à l'image 124
4.4.2 Les figures rhétoriques ou de style 125
4.5 Les stratégies discursives dans la presse satirique 133
4.5.1 La richesse d'un regard issu de la théorie de l'énonciation 133
4.5.2 Un contrat de lecture de complicité 134
4.5.3 La théorie de l'intertextualité 135
4.5.4 Une perspective polyphonique 137
4.5.5 L'ironie énonciative, l'ironie polyphonique 138
4.5.6 Une approche pragmatique de l'*ethos* ironique, satirique, parodique et humoristique 138
4.5.7 Le jeu énonciatif fondé dans l'implicite 139
4.5.8 Les compétences du lecteur 141
4.6 Récapitulatif 142

Chapitre 5 : Approche pluriméthodologique de l'objet d'étude : objectifs, corpus et système catégoriel 145
5.1 Objectifs de la thèse 145
5.2 Les journaux comme objet d'étude 147
5.2.1 Délimitation du corpus 147
5.2.2 Parcours méthodologique 149
5.2.3 Processus de dimensionnalisation et catégorisation 155

5.3 Dimensions et catégories d'analyse des titres et des images du *Canard enchaîné* en tant que corpus de référence 161
5.3.1 Dimensions de caractérisation communes aux titres et images 161
5.3.2 Dimensions de caractérisation exclusives aux titres 161
5.3.3 Dimensions de caractérisation exclusives aux images 163
5.3.4 Dimensions de contenu communes aux titres et images 164
5.3.5 Dimensions de contenu exclusives aux images 176
5.3.6 Dimensions de la forme communes aux titres et images 176
5.3.7 Dimensions de la forme exclusives aux images 184
5.4 Les membres des journaux comme objet d'étude 190
5.4.1 Entretiens semi-directifs 190
5.4.2 Observation participante 192
5.5 Récapitulatif 192

Chapitre 6 : Cadre contextuel pour la France et l'Argentine 193
6.1 Régimes politiques en France et en Argentine : le statut du Président de la République 193
6.1.1 Le pouvoir exécutif en France : un cas particulier 193
6.1.2 Le régime présidentiel en Argentine 195
6.2 La biographie de Jacques Chirac, quarante ans de parcours politique 196
6.3 Les présidences de Jacques Chirac : contexte socio-politique 199
6.3.1 Lé début du mandat présidentiel, en 1995 199
6.3.2 La dissolution de l'Assemblée Nationale, en 1997 201
6.3.3 La réélection, en 2002 202
6.3.4 Le référendum sur la Constitution européenne, en 2005 203
6.4 La biographie de Carlos Menem, un homme qui a marqué l'histoire de l'Argentine.. 206
6.5 Les présidences de Carlos Menem : contexte socio-politique 208
6.5.1 La conquête du pouvoir national, en 1989 208
6.5.2 La réélection, en 1995 210
6.6 Récapitulatif 211

RÉCAPITULATIF DE LA DEUXIÈME PARTIE 213

TROISIÈME PARTIE : Deux corpus composites : le corpus de référence et le corpus d'application. Résultats d'analyse 215

Chapitre 7 : Analyse des titres du *Canard enchaîné* 219
7.1 Distribution des titres selon les dimensions de caractérisation, contenu et forme . 220
7.1.1 Dimensions de caractérisation 221
7.1.2 Dimensions qui correspondent au niveau du contenu 222
7.1.3 Dimensions qui correspondent au niveau de la forme 228
7.2 Distribution des titres selon la période et le type de titre pour différentes dimensions de contenu et de forme 232
7.2.1 Les personnages 234
7.2.2 Les thématiques abordées 235
7.2.3 Les traits de caractère négatifs du personnage 236
7.2.4 Les références culturelles 237
7.3 Association des catégories à l'intérieur des macro-dimensions d'analyse 238
7.3.1 La dimension sur les traits de caractère 238
7.3.2 La dimension sur les figures rhétoriques 241

7.3.3 La dimension sur les références culturelles 243
7.4 Analyse des associations entre plusieurs dimensions d'analyse 245
7.4.1 Quels personnages pour quelles thématiques (et vice-versa)? 245
7.4.2 Les rapports des personnages des titres 247
7.4.3 Des figures rhétoriques spécifiques en fonction des traits de caractère présentés (et vice-versa)? 248
7.5 Analyse des associations entre toutes les dimensions et ses catégories 250
7.6 Conclusions 252

Chapitre 8 : Analyse des images du *Canard enchaîné* 257
8.1 Distribution des images selon les dimensions de caractérisation, contenu et forme 258
8.1.1 Dimensions de caractérisation 259
8.1.2 Dimensions du contenu 262
8.1.3 Dimensions de la forme 268
8.2 Distribution des images selon la période et l'auteur pour différentes dimensions de contenu et de forme 279
8.2.1 Les personnages 281
8.2.2 Les thématiques abordées 282
8.2.3 Les rapports des personnages 282
8.2.4 Les traits de caractère négatifs et positifs du personnage 282
8.2.5 Les actions 283
8.2.6 La posture du corps et les gestes 283
8.2.7 Les expressions faciales des émotions 283
8.2.8 La prise de parole et la position énonciative 284
8.2.9 Les vêtements 284
8.2.10 Lé décor 284
8.2.11 Le registre de langue et les figures rhétoriques linguistiques 285
8.2.12 Les références culturelles 285
8.3 Analyse des associations des catégories à l'intérieur des dimensions d'analyse 286
8.3.1 La dimension portant sur les traits de caractère 287
8.3.2 La dimension portant sur les figures rhétoriques 290
8.3.3 La dimension portant sur les références culturelles 295
8.4 Analyse des associations entre plusieurs dimensions d'analyse 297
8.4.1 Le personnage : représentation visuelle, position énonciative et présence d'autres personnages 297
8.4.2 Les personnages, leurs rapports, leur proxémique et les thématiques abordées 300
8.4.3 Des figures rhétoriques spécifiques en fonction des traits de caractère présentés (et vice-versa)? 303
8.5 Analyse des associations entre toutes les dimensions et ses catégories 305
8.6 Conclusions 309

Chapitre 9 : Analyse des titres de *Sátira/12* 315
9.1 Distribution des titres selon les dimensions de caractérisation, contenu et forme 315
9.1.1 Dimensions de caractérisation 316
9.1.2 Dimensions qui correspondent au niveau du contenu 317
9.1.3 Niveau de la forme 323
9.1.4 Tendance observée des comparaisons réalisées 330
9.2 Conclusions 332

Chapitre 10 : Analyse des images de Sátira/12 335
10.1 Distribution des images selon les dimensions de caractérisation, contenu et forme.... 335
10.1.1 Dimensions de caractérisation..... 337
10.1.2 Dimensions du contenu 338
10.1.3 Dimensions de la forme..... 345
10.1.4 Tendance observée des comparaisons réalisées 362
10.2 Conclusions 364

RÉCAPITULATIF DE LA TROISIÈME PARTIE 369

QUATRIÈME PARTIE : Le traitement de la figure présidentielle. La construction du personnage : Résultats d'analyse 371

Chapitre 11 : Les recours de l'humour et de la satire politiques 373
11.1 Absurde, canular, ironie et parodie : piliers de l'humour écrit de Sátira/12 374
11.1.1 Objectifs, corpus et méthodologie..... 374
11.1.2 Résultats 374
11.1.3 Conclusions partielles 381
11.2 L'interaction linguistique et icono-plastique dans la production des caricatures politiques dans Le Canard enchaîné et Sátira/12 382
11.2.1 Objectifs et corpus..... 382
11.2.2 Méthodologie 383
11.2.3 Résultats 386
11.2.4 Analyse Factorielle de Correspondances Multiples 387
11.2.5 Conclusions partielles 394
11.3 Procédés satirico-humoristiques des titres et des images du Canard enchaîné et de Sátira/12 395
11.3.1 Procédés linguistiques et/ou icono-plastiques..... 397
11.3.2 Procédés discursifs 402
11.3.3 Convergence entre des traits de caractère et des procédés..... 411
11.3.4 Conclusions partielles 414
11.4 En guise de conclusion : le genre satirico-humoristique, entre engagement et désengagement 415

Chapitre 12 : Le portrait du Président 421
12.1 Techniques pour compenser le positif..... 421
12.2 Le phénomène de personnalisation à travers les traits de caractère 426
12.2.1 Jacques Chirac dans les titres du *Canard enchaîné* 427
12.2.2 Jacques Chirac dans les images du *Canard enchaîné* 432
12.2.3 Carlos Menem dans les titres de *Sátira/12* 437
12.2.4 Carlos Menem dans les images de *Sátira/12* 438
12.2.5 Un ethos de deuxième ordre..... 440
12.3 Créer un personnage..... 440
12.3.1 Le personnage Chirac du *Canard enchaîné* 441
12.3.2 Le portrait journalistique de Jacques Chirac 446
12.3.3 Le personnage Menem de *Sátira/12*..... 448
12.3.4 Quelques traits pour un portrait composite de Carlos Menem..... 450
12.3.5 Limites dans la charge présidentielle 451
12.4 En guise de conclusion : l'image présidentielle, résultat d'un processus de stéréotypisation..... 453

RÉCAPITULATIF DE LA QUATRIÈME PARTIE 457

Conclusions et discussion 459

Perspectives de recherche 468

Bibliographie 469

Table des matières 495

Liste des abréviations

ACHA : Analyse de Classification Hiérarchique Ascendante
AFCM : Analyse Factorielle de Correspondances Multiples
AFCS : Analyse Factorielle de Correspondances Simples
CE : *Canard enchaîné*
S/12 : *Sátira/12*
TLFi : *Trésor de la Langue Française Informatisée*

Introduction

Si l'abolition des monarchies européennes signifia l'instauration de républiques qui prétendaient établir une claire rupture avec les régimes héréditaires et personnalisés, la tentation vers la personnalisation du pouvoir ne tarda pas à resurgir. Même dans des régimes parlementaires -comme la IV^{ème} République en France (1870-1914)- dans lesquels le pouvoir appartenait à un corps collectif, l'exercice politique tel que le débat à l'Assemblée, permettait que certains hommes politiques se détachent du reste par leurs qualités oratoires[1], attirant ainsi, plus que les autres, le regard des médias de l'époque.

De nos jours, la personnalisation -et vedettisation même- de l'exercice politique est devenue un phénomène habituel, favorisée par la vaste couverture médiatique. Dans ce sens, aucun homme ou femme politique ne peut se passer des médias, et l'image qu'ils cherchent à projeter dans la société est l'objet d'un travail détaillé et réfléchi qui est fréquemment confié à des experts en communication et marketing politique. En périodes électorales, l'image que l'électorat se fait d'un candidat peut compter autant ou peut être même plus que l'affiliation politique et le positionnement que ce dernier a vis-à-vis des sujets de l'agenda politique[2].

Bien avant le surgissement des médias à grande diffusion, les opinions et idées à propos des hommes politiques circulaient à l'intérieur des cercles sélects par la plume de satiristes et pamphlétaires. Dès l'Antiquité, la satire verbale a combiné la critique agressive et le comique pour s'attaquer à une personne, un groupe ou bien aux mœurs d'une société. Dans le cas de la satire visuelle ou plutôt mixte –verbale et visuelle-, c'est la caricature politique la première à avoir pris la classe politique comme cible de ses portraits mordants. Pour Ramón Columba[3], elle a eu trois foyers différents avec siège à Bologne, Londres et Paris. Sous la Renaissance italienne, on trouve des œuvres pionnières avec le travail des frères Carraci et de Leonardo Da Vinci, qui ont accordé de l'importance à l'homme comme objet d'étude, s'intéressant à la recherche des proportions idéales du corps humain[4]. D'après Marc Thivolet[5],

[1] B. Tillier. (1997). *La Republicature. La caricature politique en France 1870-1914*. Paris: CNRS.
[2] A. Miller et W. Miller. (1976). Rejoinder : Ideology in the 1972 election. *The American Political Science Review 70 (3-4)* ; A. Miller, M. Wattenberg et O. Malanchuk. (1986). Schematic Assessments of Presidential Candidates. *The American Political Science Review 80(2)* ; D. Kinder *et al.* (1980). Presidential Prototypes. *Political Behavior 2(4)* ; D. Glass. (1985). Evaluating Presidential Candidates: Who Focuses on Their Personal Attributes? *Public Opinion Quarterly, 49* ; Caprara et Zimbardo, cité par C. Barbaranelli *et al.* (2007). Voters'personality traits in presidential elections. *Personality and Individual Differences, 42*.
[3] R. Columba. (1959). *¿Qué es la caricatura?* Buenos Aires : Columba.
[4] B. Bornemann, C. Roy, R. Searle. (1974). *La caricature, art et manifeste. Du XVIe siècle à nos jours.* Genève : Skira.

la synthèse de l'esprit satirique et de la caricature se produit à Londres, de la main du caricaturiste des mœurs William Hogarth (1697-1764). C'est à Paris, enfin, où la caricature satirique obtient sa consécration. A l'époque de la Révolution de 1789, une véritable guerre de caricatures –autant révolutionnaires que contre-révolutionnaires- s'y est livrée, au point que des contemporains comme Boyer de Nîmes sont même parvenus à les qualifier comme « le thermomètre de l'opinion»[6]. Quelques décennies plus tard, la presse satirique a connu une grande impulsion avec les journaux de Charles Philippon, notamment *La Caricature* (1830-1843) et *Le Charivari* (1831-1937), qui ont servi de modèle à d'autres publications dans le monde occidental. La tâche des journalistes et dessinateurs satiriques était risquée car les gouvernants de l'époque n'aimaient pas faire l'objet des moqueries et pouvaient agir en conséquence. Les auteurs satiriques testaient leur tolérance, sous peine d'être condamnés. Dans une des séries de caricatures contre Louis-Philippe, Philippon cherche à montrer que « tout peut ressembler au roi » et réalise la célèbre métamorphose du roi en poire, combinant une transformation plastique avec des légendes écrites qui servaient à orienter la lecture. Cette caricature produisit un grand effet dans la société de l'époque : « Ce que j'avais prévu arriva. Le peuple saisi par une image moqueuse, une image simple de conception et très simple de forme, se mit à imiter cette image partout où il trouva le moyen de charbonner, barbouiller, de gratter une poire. Les poires couvrirent bientôt toutes les murailles de Paris et se répandirent sur tous les pans de murs de France »[7]. A partir de ce moment, il n'y eut plus besoin de dessiner le roi, la poire étant devenue le moyen indirect de le représenter. Malgré une censure impitoyable, les auteurs satiriques ont continué à désacraliser le pouvoir, faisant recours à l'implicite, terrain dans lequel ils sont devenus maîtres. Le dessinateur satirique a fait sienne la charge de tourner en dérision la classe politique, combinant la représentation caricaturale des visages et corps avec un regard critique et ironique de la réalité. Dans certaines de ses œuvres, il était déjà possible d'entrevoir que la personnalité caricaturée rend compte d'une personnification et d'une personnalisation des faits, à partir desquelles des situations d'extrême complexité, des décisions et des actions d'un gouvernement, retombent sous la responsabilité de quelques visages et corps.

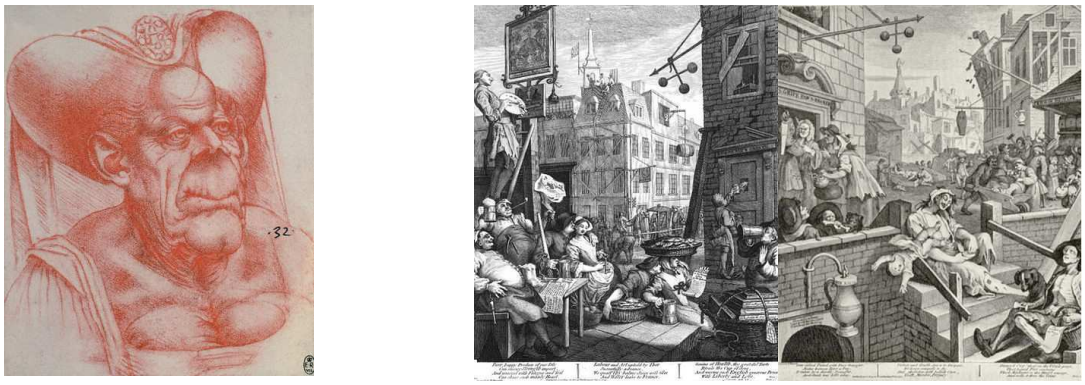


Figure I. (a) A gauche, caricature grotesque, Leonardo Da Vinci, près de 1490. **(b)** A droite, Beer street and Gin Lane, William Hogarth, 1751.

[5] M. Thivolet. (1996). « Caricature ». *Encyclopaedia Universalis*. Paris.
[6] Cité par A. Duprat. (2002). *Les rois de papier. La caricature de Henri III à Louis XVI*. Paris : Belin, p. 13.
[7] Lettres du 7 juillet 1846 à Roslje, Carteret, *Le Trésor du bibliophile romantique et moderne*, t.III, p.124 ; cité dans le dossier pédagogique de l'exposition *Daumier et ses héritiers*. Bibliothèque Nationale de France, 2008.

A présent, sous des régimes démocratiques, même si les productions satiriques n'occupent pas la place d'autrefois, certaines études en suggèrent une influence non négligeable dans l'opinion publique, qui peut trouver ses voies d'expression les plus palpables à travers le comportement électoral. D'après un sondage réalisé en France lors des élections présidentielles de 1995, 25% des jeunes âgés de 15 à 24 ans ont affirmé que l'émission télévisuelle satirique *Les Guignols de l'Info* avait été la première source pour les guider dans leur choix de vote[8]. Pour certains, la défaite d'Edouard Balladur dans les élections de 1995 – le favori selon les sondages d'opinion- et le triomphe de Jacques Chirac, auraient un rapport avec l'attribut de « traître » que *Les Guignols de l'Info* auraient donné au premier et à l'image de « victime » que l'émission aurait construite du deuxième[9]. Selon un sondage effectué peu avant le premier tour[10], 41% d'enquêtés jugeaient que l'émission donnait une image plutôt négative de Balladur, contre 13% qui la considéraient comme positive. En janvier 1994, dans un sondage réalisé par IFOP/Campus, 45% d'individus avaient estimé que la caricature de J. Chirac créée par cette même émission rendait le personnage plus sympathique[11].

Figure II. (a) A gauche, série des caricatures de Charles Philippon contre le roi Louis Philippe. **(b)** Au milieu, buste de Charles Philippon réalisé par Honoré Daumier. **(c)** A droite, caricature du Président Arturo Illia (1963-1966).

En Argentine -un pays où la satire verbale et visuelle existe dès le procès d'indépendance-, les hypothèses qui ont lié l'impopularité, et la déstabilisation même, d'un homme politique à cette forme d'expression ne manquent pas. Les caricatures qui représentaient le Président Arturo Illia (1963-1966[12]) comme une tortue auraient influencé sur l'image de lent et peu actif du personnage. D'autre part, la récurrence du traitement satirique envers le Président Fernando de la Rúa (1999-2001) dans l'émission télévisuelle de Marcelo

[8] Voir *Le Monde* du 15/06/1995.

[9] Nous renvoyons le lecteur à l'ouvrage de M. Coulomb-Gully. (2001). *La démocratie mise en scènes. Télévision et élections*. CNRS.

[10] Sondage IPSOS/MCBB/EURO RSCG Média, réalisé auprès de 919 personnes âgées de 18 ans et plus, issus d'un échantillon national représentatif de 1000 individus âgés de 15 ans et plus, résidant en France métropolitaine. Cité par M.-J. Zimmermann. (1999). « Les marionnettes de la V^{ème} République », *in* Groupe Saint-Cloud. *L'image candidate à l'élection présidentielle de 1995. Analyse de discours dans les médias*. Paris : L'Harmattan.

[11] Se reporter à l'article de M.-J. Zimmermann, 1999.

[12] Son mandat fut brusquement interrompu le 28 juin 1966 par un coup d'Etat impulsé par les Forces Armées. Cette dictature militaire, la cinquième réalisée en Argentine, s'étenda pendant presque sept ans.

Tinelli, *Videomatch*, a inquiété le gouvernement, qui a même déclaré que les blagues étaient préjudiciables pour « les intérêts et les négociations du pays » [13]. Trois ans plus tard, F. De la Rúa a accusé M. Tinelli et son émission d'avoir été les responsables du début de la crise de son gouvernement. Cette crise politique, économique et sociale lui a obligé à quitter le pouvoir deux ans avant la fin de son mandat. Un cas plus récent est la polémique déclenchée le 2 avril 2008 à cause des déclarations que la Présidente Cristina Fernández de Kirchner a faites lors d'une action organisée pour soutenir son gouvernement. Devant des milliers de personnes, et dans un discours où elle dénonçait l'existence de secteurs putschistes, elle s'est plainte d'une caricature du dessinateur Hermenegildo Sabat, publiée dans le quotidien *Clarín*, le plus lu en Argentine, en la qualifiant de « message quasi mafieux ».[14]

Ces quelques exemples tirés de deux pays avec une forte tradition satirique signalent l'importance et l'influence que la satire politique a toujours dans notre société.

Le mode satirique constitue une arme puissante à travers laquelle le satiriste adopte le discours de l'adversaire en le caricaturant de façon à le disqualifier. Dans le cadre de la presse satirique, le lecteur est invité à rire avec le journal de la cible, constituée fréquemment par les gouvernants d'un pays. La presse satirique acquiert un ton irrespectueux dans la manière de présenter leurs actions, discours et attitudes. Cette caractéristique, qui devient intrinsèque à son existence, répond, en partie, à une finalité ludique. Elle doit certes satisfaire les besoins d'une société attirée par la spectacularisation dans tous les domaines. Pourtant, elle trouve ses fondements dans le développent d'une attitude contestataire, d'un non conformisme permanent. Cette « rhétorique du devoir d'irrespect est le lien discursif qui lie la pensée à l'action », assure Roselyne Koren[15]. Le « devoir d'irrespect » est considéré par de nombreux journalistes comme une valeur primordiale. De la même façon que le « fou du roi » d'antan, le journaliste satirique d'aujourd'hui a le devoir « de douter de tout ce qui est évident, de relativiser toute autorité, de poser des questions que personne d'autre n'ose poser »[16]. Or, la remise en question qu'il fait de la réalité implique non seulement une déconstruction mais aussi une reconstruction de celle-ci, car son regard –on le sait bien- ne sera jamais neutre.

I. Problématique, délimitation de l'univers de l'étude et hypothèses

La satire et la caricature politiques ont fait l'objet de recherches à partir des angles divers, le plus souvent avec un caractère historique et littéraire, s'intéressant à une période, une œuvre ou à un auteur[17] particulier. Les ouvrages théoriques ne manquent pas, qu'ils soient

[13] Voir les articles du 27/06/2001: "Molestia oficial por las sátiras al Presidente", journal *La Nación*; "Preocupa al Gobierno que Tinelli satirice al Presidente", *Los Andes*. Pour plus d'information sur le sujet, consulter les articles publiés dans *Página/12* (27/06/2001), *Río Negro* (18/12/2003).

[14] Par rapport à la déclaration de la Présidente, l'ADEPA a exprimé dans un communiqué: "(…)se trata de una interpretación extrema de noticias y opiniones periodísticas" (…) "adjudicarle inspiración golpista a la labor de algunos colegas y calificar de mensaje cuasi mafioso una caricatura, constituyen muestras de una intolerancia que urge superar" (extrait de l'article "Unánime rechazo a las críticas de la Presidenta a Sábat", *La Nacion*, le 3 avril 2008). Voir aussi à ce sujet les articles publiés dans *La Nación*, *Clarín et Página/12* le 2, 3 et 4 avril 2008.

[15] R. Koren. (1990). L'esprit de la satire dans la presse française contemporaine. *Humoresques, L'humour d'expression française, 1*, p. 103.

[16] Dahrendorf, cité par R. Koren, 1990.

[17] Le terme *auteur* sera utilisé pour faire référence autant aux dessinateurs qu'aux chercheurs dont les ouvrages sont cités.

philosophiques, linguistiques, sociologiques, psychologiques et un peu moins, sémiotiques ou rhétoriques. Néanmoins, dès que l'accent est mis dans le complexe processus de construction des représentations médiatiques autour des hommes et des femmes politiques, le besoin d'études en profondeur est impérieux. Ceci est d'autant plus évident lorsque l'on considère l'importance que l'image ou représentation médiatique a dans le cadre d'un phénomène de personnalisation de la politique de plus en plus important. L'intérêt de ces études est aussi justifié par le fait que la satire et la caricature politiques prennent comme cible principale de leurs attaques la classe dirigeante.

Le cas de la presse satirique est particulier au sein d'une démocratie, car elle crée une tension inéluctable. Si la liberté d'expression et donc la libre circulation d'idées constituent l'un des piliers fondamentaux de tout système démocratique, le discours critique caractéristique des journaux satiriques ne peut être que reçu d'un œil positif. Or, que se passe-t-il quand on s'attaque à la figure majeure de l'Etat, le Président de la République, élu par une majorité citoyenne ? Jusqu'à quel point les journaux satiriques se permettent-ils de mener leur critique ? Dans quels aspects de la figure présidentielle repose la critique des journalistes et dessinateurs satiriques ? Sur quels moyens verbaux et visuels s'appuient-ils pour la tourner en dérision ? Dans quel degré ces moyens présentent des régularités, même dans des pays différents ? Quelle place existe-t-il pour le développement des styles personnels ? Est-ce que la satire actuelle, comme celle du XIX^{ème} siècle, adopte des formes implicites dans ses accusations les plus virulentes ?

La problématique se résume ainsi : **Comment le discours satirique, forcément critique et contestataire, se constitue-t-il lorsqu'il fait référence au Président de la République, la plus haute autorité de l'État ?**

Dans cette problématique émergent deux axes différents mais étroitement liés qui serviront de fil conducteur des analyses et réflexions déployées tout au long de la thèse : le *quoi* -au niveau du contenu-, centré sur l'image construite autour de la figure présidentielle, et le *comment* -au niveau de la forme-, qui s'intéresse aux procédés qui structurent et confèrent du sens à ce discours sur la figure présidentielle.

Située au cœur des réflexions autour du champ du comique, et d'une façon plus spécifique, du risible, notre thèse appelle la délimitation conceptuelle des certaines formes du risible à des frontières poreuses et floues. En suivant Patrick Charaudeau[18], nous pouvons concevoir l'acte comique –plus large que l'humoristique- comme un acte de discours. Ceci est le produit d'une situation de communication qui combine une situation énonciative, une thématique, une série de procédés, et un effet, qui obéit à une intentionnalité. Or, qu'est-ce qui distingue le comique de l'humour ? Pourquoi la satire se sert-elle du comique ? Est-ce pertinent de centrer l'étude du comique à partir du rire ? En quoi la satire est ironique ? Est-elle par nature corrective ? A quoi fait-on référence quand on parle de caricature politique, dessin de presse et dessin humoristique ? Le fait de préciser et définir l'objet s'impose alors comme point de départ indiscutable pour ensuite nous plonger dans la caractérisation de ses composants et ses interrelations. Il nous sera aussi indispensable pour réfléchir autour des formes du risible qui prédominent dans les journaux satiriques que nous étudierons.

[18] P. Charaudeau. (2006). De nouvelles catégories pour l'humour? *Questions de communication, 10.*

La nature duale de notre recherche nous conduit à nous intéresser également à la notion d'image, en tant que représentation mentale du président mais aussi en tant que mode particulier de représentation matérielle fixe. L'image mentale du président se réfère au personnage qui émerge du discours et non pas au président en chair et en os. A partir de l'étude des traits saillants du personnage, notamment de ses traits de caractère, nous pourrons parvenir à un *ethos* plus ou moins homogène, notion centrale dans le champ rhétorique.

Comme nous faisons particulièrement attention aux procédés mis en œuvre dans la presse satirique pour construire ce personnage politique, nous prendrons les deux types de langage qui y coexistent comme objets d'analyse, le verbal et le visuel, en nous bornant aux titres et aux caricatures à une ou plusieurs vignettes (*strip* ou petite bande dessinée). Ces deux types de textes –verbal, formé par des signes linguistiques dans le premier cas ; et mixte, c'est-à-dire, verbal et visuel, formé par des signes iconiques, plastiques et linguistiques, pour le deuxième- présentent une grande richesse sémiotique, rhétorique et stylistique. Le caractère elliptique et de forte attraction des titres nous fait penser que les procédés satiriques et comiques y seront concentrés, les titres se constituant ainsi comme un objet d'étude de grand intérêt. Les caricatures ont la particularité de combiner d'une façon très étroite des signes linguistiques, iconiques et plastiques, ce qui nous permettra d'étudier la façon dont ces signes opèrent et s'articulent. Nous pourrons étudier et comparer l'utilisation autant des procédés qui sont propres aux titres et images, que ceux qui sont communs aux deux. Est-ce qu'il y a une primauté d'un langage sur l'autre dans la génération du comique ? Quelles fonctions accomplit un langage par rapport à l'autre ? De quelle manière les titres et les images apportent au *quoi* et au *comment* de notre problématique ?

Les textes verbaux et visuels sont indubitablement complexes et mettent en évidence le grand effort intellectuel fait par le journaliste ou dessinateur satirique mais aussi par le lecteur, qui doit assumer un rôle actif afin d'élucider le fait de l'actualité traité –parfois masqué- ; comprendre les références culturelles non forcément liées à l'univers de l'événement dont il est question ; interpréter des ironies, des allusions, des syllepses, des analogies inattendues, parmi tant d'autres figures rhétoriques jouant constamment avec l'implicite et qui constituent, comme nous verrons plus loin, des éléments clés dans le discours de la presse satirique. Cet effort offre pourtant une grande récompense, car la reconnaissance de ce qui est sous-jacent dans le message suscite une grande satisfaction intellectuelle et émotionnelle, en plus du fait de contribuer à la construction d'un lien étroit entre l'auteur et le lecteur[19].

Pour aborder la problématique centrée sur la presse satirique récente que nous venons d'introduire, il semble être particulièrement utile de mener une étude comparative entre deux pays ayant des traditions démocratiques différentes, comme c'est le cas de la France et l'Argentine, mais qui ont comme points communs le fait de soumettre au suffrage universel direct l'élection du Président de la République et de permettre sa réélection. La jeunesse et la vulnérabilité de la démocratie argentine sont évidentes si nous prenons comme indicateur le nombre de présidents qui ont fini leur mandat dans les derniers cinquante ans dans les deux

[19] Nous avons travaillé sur le rapport de complicité comme stratégie énonciative d'un journal dans notre mémoire de Master recherche : A. Pedrazzini. (2004). « Le rapport texte-image dans la Une. *Página/12*: Un cas de rupture dans la presse argentine ». Mémoire de Master recherche en Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA, Université Paris IV-Sorbonne, Paris.

pays. En Argentine, la discontinuité des mandats présidentiels obéit, d'une part, aux coups d'Etat qui ont instauré de longs régimes militaires, et d'autre part, aux crises de gouvernabilité pendant des périodes démocratiques qui ont empêché les gouvernants de l'époque de finir leurs mandats. De plus, la phrase « qu'ils s'en aillent tous », adressée aux hommes et femmes politiques à la fin de l'an 2001, a mis en évidence la crise de confiance de la société argentine envers la classe politique.

Cette approche biculturelle nous permettra d'élargir notre démarche afin d'étudier des divergences et des convergences dans le traitement de la figure présidentielle dans les presses satiriques française et argentine. Elle nous permettra aussi, d'apprendre davantage sur les recours du discours satirico-humoristique et notamment de travailler la thèse principale de cette recherche, à partir de laquelle nous affirmons qu'il est possible d'identifier une sorte de grammaire de l'humour qui dépasse les frontières culturelles. Notre recherche vise à contribuer à construire une perspective transculturelle.

D'autres questions sont à l'issue de cette démarche d'étude interculturelle : de quelle manière les spécificités locales s'articulent avec les procédés satirico-humoristiques à dimension transculturelle ? Quels éléments propres à chaque culture aident à construire une image critique du Président ?

Nous nous centrerons sur deux Présidents récents et contemporains : Jacques Chirac et Carlos Menem. Tous les deux ont été à la tête du pouvoir pendant deux périodes consécutives –Jacques Chirac de 1995 à 2007 et Carlos Menem de 1989 à 1999- et ont une longue trajectoire politique. L'ancien président français a été Premier Ministre sous les gouvernements de Valéry Giscard d'Estaing et François Mitterrand, Maire de Paris, et a exercé plusieurs postes ministériels à l'échelle nationale. Son homologue argentin a été deux fois gouverneur de sa province natale, La Rioja. Le choix de ces hommes politiques nous permettra de travailler sur la satire politique contemporaine, d'intérêt majeur pour nous, car constituant un univers d'analyse plus proche et familier.

La longueur des mandats de Jacques Chirac et Carlos Menem nous encourage vers une étude diachronique de l'image qui émerge des personnages. Il ne s'agit pas ici de prendre en considération la durée totale des mandats présidentiels, ce qui, compte tenu du niveau approfondi de nos analyses, rendrait le propos irréalisable. Ce que nous nous proposons de faire c'est d'analyser les degrés de stabilité et de transformation dans l'image présidentielle construite à travers deux journaux satiriques. Ces journaux sont *Le Canard enchaîné* et *Sátira/12*. L'hebdomadaire français est le référent par excellence de la presse satirique dans ce pays, non seulement pour sa longévité mais pour son influence dans la vie politique et le milieu journalistique. Créé en 1915 par le journaliste Maurice Maréchal et sa femme Jeanne, en réaction contre les abus de la censure et le « bourrage de crâne »[20] de la Première Guerre Mondiale, c'est le plus ancien journal satirique existant en France. Il est considéré comme une vraie institution dans la tradition journalistique du pays et se distingue par son vaste réseau d'informants et par ses investigations journalistiques, qui ont dévoilé de nombreux cas de corruption.

[20] Le *bourrage de crâne* est défini comme une « action insistante, persévérante dans le dessein de persuader en trompant ». « Cette expression s'est surtout répandue pendant la guerre de 1914-1918, et a beaucoup été employée à propos de cette guerre ». *Dictionnaire culturel en langue française*. A. Rey (dir.). *Le Robert*. Paris : 2002. *Le Canard enchaîné* a fait sienne la charge de diffuser d'information avérée (voir la section 3.3.6.).

En dépit d'une tradition satirique considérable, aucun des journaux argentins de cette nature n'a pu résister au cours du temps. Le supplément *Sátira/12* du quotidien *Página/12* présente le caractère satirique le plus défini pendant l'époque ménémiste. Le supplément est apparu quelques mois après la naissance de *Página/12*, en 1987, quatre ans après la dernière dictature militaire (1976-1983). Conçu par les journalistes Jorge Lanata et Ernesto Tiffenberg, *Página/12* s'est constitué comme un journal de rupture dans la tradition journalistique du pays (Pedrazzini, 2004), traitant des sujets innovateurs (Ulanovsky, 1997), privilégiant un traitement interprétatif des faits d'actualité, et faisant appel à l'insolence, l'informalité et le comique dans ses pages. Comme *Le Canard enchaîné*, il a pratiqué le journalisme d'investigation et a dénoncé plusieurs scandales de corruption. Des études de marché auprès des lecteurs de deux journaux mettent en évidence que dans les deux cas il s'agit d'un lecteur fidèle, ayant réalisé des études supérieures ou universitaires et étant un grand consommateur des produits culturels[21].

En reprenant les idées de P. Charaudeau (2006) présentées plus haut, le choix du *Canard enchaîné* et de *Sátira/12* nous positionne face à une situation énonciative claire dans laquelle ces journaux circulent dans l'espace public proposant par avance un contrat de satire humoristique, avec une finalité à la fois de critique sociale, transgression et catharsis. Le comique acquiert non seulement le statut d'une stratégie discursive mais d'un contrat de parole (en termes de Patrick Charaudeau[22]) ou de lecture (selon Eliseo Verón[23]), où il y a un accord tacite entre le journal et le lecteur de « mise en scène », c'est-à-dire, d'adopter un certain registre, un certain ton, un certain angle d'où traiter l'actualité. C'est donc une scène ritualisée où le sens figuré est attendu par le lecteur, faisant ainsi possible son utilisation.

A partir de la problématique et des questions présentées par rapport à ces deux corpus composites (titres et images du *Canard enchaîné* et de *Sátira/12*), nous proposons c**inq hypothèses** qui serviront de guide dans cette recherche : les trois premières sont davantage centrées sur le niveau de la forme (le *comment*) et les deux restantes sur une combinaison entre le niveau du contenu (le *quoi*), et de la forme. Les apports théoriques qui ont nourri la formulation de certaines de ces hypothèses seront développés en détail dans les quatre premiers chapitres de cette thèse.

1. **Au-delà des facteurs culturels qui interviennent et ponctuent le discours satirico-humoristique de deux journaux sélectionnés, il est possible d'arriver à une « grammaire » commune de procédés satiriques et humoristiques.**

Nous définirons synthétiquement *grammaire* comme l'ensemble « des principes et des règles qui président à l'exercice d'un art »[24], c'est-à-dire, le système regroupant l'ensemble de procédés servant à produire des messages satirico-humoristiques. Cette hypothèse s'inscrit au sein du débat autour de la participation du particulier et de l'universel dans la production de

[21] Se rapporter à la section 3.3.6.
[22] P. Charaudeau. (1983). *Langage et discours. Eléments de sémiolinguistique*. Paris : Hachette.
[23] E. Verón. (1985). L'analyse du 'contrat de lecture': une nouvelle méthode pour les études de positionnement des support presse. *Les médias. Expériences, recherches actuelles, application.* París: Institut de Recherches et d'Etudes Publicitaires.
[24] *Le Trésor de la Langue Française Informatisé* (*TLFi*) du Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales.

l'humour. Pour Avner Ziv, « *incongruity, surprise, and local logic (i.e., something that seems logical in a certain context) are the main elements in all humor. These are cognitive elements, and since cognitive processes are universal (as are the physiological ones involved in laughter and smiling), there are no reasons to expect national or cultural differences* »[25]. Nous présupposons qu'il y a des éléments qui dépassent les frontières et d'autres qui sont exclusivement locaux. Par rapport aux premiers, nous refusons pourtant de parler d'*humour universel* car cette expression nous semble très prétentieuse, compte tenu de notre regard occidental. Plus que d'humour universel, nous préférons parler d'***humour transculturel***[26], conception qui dans notre thèse sera travaillée à l'échelle biculturelle. Le préfixe *trans* désigne un dépassement, une transcendance : l'humour qui dépasse les frontières culturelles.

2. **Même si le verbal et le visuel interagissent dans le processus de production du sens dans les caricatures politiques, le linguistique prédomine sur l'icono-plastique dans la génération des procédés satiriques et humoristiques.**

Nous avançons deux raisons possibles qui pourraient être à la source de ce phénomène, encore que notre étude ne s'orientera pas à les valider. Nous postulons que quoique la caricature soit un discours satirico-humoristique visant à dénoncer, discréditer, alerter et amuser, il reste très ancré dans l'actualité du moment, appelant au verbal pour bien situer le contexte et faciliter ainsi l'interprétation de la part du lecteur. Cette préférence pour le verbal pourrait être liée à une plus grande prédisposition et maîtrise pour interpréter des messages linguistiques plutôt qu'icono-plastiques, en raison des caractéristiques inhérentes à chaque langage (structure linguistique linéaire, co-présence spatiale des unités icono-plastiques) ainsi qu'à une tradition éducative éminemment verbale.

3. **Plus l'attaque est virulente, plus l'accusation est grave, plus indirecte sera la forme adoptée.**

L'histoire de la satire et la caricature politiques a mis en évidence que, sous des régimes autoritaires, où la censure est monnaie courante, les auteurs satiriques optent pour des procédés qui jouent avec l'implicite. Dans le cas de la caricature en France, les dessinateurs du XIX^{ème} siècle créaient des personnages types[27], et faisaient de la satire des mœurs : c'est « avec les régimes de censure les plus durs –notamment sous la monarchie de Juillet (après 1835), sous le second Empire (jusqu'en 1868), pendant la République de l'Ordre moral (de 1871 à 1880) et sous le gaullisme (dans les décennies 1960 et 1970)- que la caricature de type est la plus vivace, car sa structure est particulièrement propice aux allusions et à l'implicite »[28]. Cet exemple est un parmi tant d'autres.

---

[25] A. Ziv (dir.). (1988). *National styles of humour*. New York: Greenwood press, p. ix.
[26] Dans le numéro coordonné par Chantal Forestal (2008) de la *Revue de didactologie des langues-cultures et de lexiculturologie,* (*152*/4), on fait référence à l'*humour transculturel* dans le cadre de la didactique des langues.
[27] A travers un personnage idée par les caricaturistes, ils parvenaient à critiquer un homme politique sans le représenter directement. C'est le cas du célèbre personnage Ratapoil qui faisait allusion à Napoléon III.
[28] B. Tillier. (2005). *A la charge! La caricature en France de 1789 à 2000.* Paris : Les Editions de l'Amateur, p. 29.

A partir de cette tendance déjà observée dans des cas où la liberté d'expression est très limitée, on pourrait s'attendre à identifier sous des régimes plus tolérants, des vieux réflexes pour contourner la censure : des formes appelant à l'implicite pour aborder des sujets susceptibles de provoquer des réactions car impliquant des dénonces graves contre la personnalité politique ciblée.

4. **S'agissant de la presse satirique, il est prévisible que les traits de personnalité les plus habituels attribués au chef de l'Etat soient négatifs. Dans les cas où l'action du dirigeant politique est majoritairement jugée positive par l'opinion publique, le journal satirique choisira de lui consacrer moins d'espace dans ses pages ou bien pour altérer l'action positive, l'associera à une action négative ou à un trait négatif du personnage.**

D'après des chercheurs dans le domaine de la psychologie politique, les traits de caractère sont des composantes basiques dans la représentation des personnages politiques[29]. Dans le cadre d'un phénomène fort de personnalisation et vedettisation de la politique, notre étude sur le processus de construction de l'image médiatique des hommes politiques fera particulière attention aux traits de caractère des personnages étudiés.

Du moment où la satire opte pour un regard critique de la réalité, focalisant -comme nous verrons plus loin- sur le négatif, nous proposons cette hypothèse pour expliquer une possible procédure adoptée afin de compenser le positif, c'est-à-dire, lorsqu'il prévaut, dans l'opinion publique, un jugement positif à propos d'un fait particulier associé au personnage politique.

5. **Il est possible d'établir une certaine corrélation entre la construction d'un trait de caractère spécifique du personnage et l'utilisation d'un même groupe de procédés satirico-humoristiques.**

A travers cette hypothèse, nous cherchons à identifier une association entre des dimensions de contenu (traits de caractère attribués au personnage) et des dimensions de forme spécifiques (procédés satirico-humoristiques). Il s'agit de vérifier si, par exemple, lorsque les journaux présentent les personnages politiques comme corrompus, font davantage appel à des procédés qui jouent avec l'implicite, tels que l'ironie et l'allusion. Cette supposition s'appuie sur ce vieux réflexe qui pourrait subsister de l'époque de la censure mentionné plus haut. Ce cas particulier implique un étroit rapport entre la troisième et la cinquième hypothèse.

[29] Parmi d'autres, C. Funk. (1996). Understanding trait inferences in candidate images. *Research in Micropolitics 5*.

II. Une approche intégrative

Notre approche articule deux regards centrés sur le processus de production des textes verbaux et mixtes (verbal et visuel) en faisant attention aux éléments qui les composent et à leur interrelation mais aussi à l'image ou représentation qui résulte de lier ces procédés, ces moyens, à une finalité -satirique et humoristique- et à un contexte et référent particuliers. Nous nous intéressons à un discours médiatique spécifique –la presse satirique- en nous positionnant fondamentalement d'un point de vue en sciences de l'information et de la communication. Or, si l'étude des discours médiatiques est au centre des intérêts des sciences de l'information et de la communication, nous croyons que c'est également la nature de la démarche -interdisciplinaire, aux limites de la transdiscipline pour certains[30]- qui justifie notre positionnement. A tout moment nous essayerons d'adopter une approche intégrative, qui se nourrit des regards disciplinaires différents. Contrairement à une approche isolée et partielle, nous proposons modestement de dépasser les bornes disciplinaires pour construire un objet d'étude qui est issu d'un terrain par essence perméable, celui de la satire et de l'humour. La fin ultime de notre recherche est d'apporter à la compréhension, la caractérisation et l'analyse du discours satirico-humoristique médiatique.

Nous construirons un appareil théorico-méthodologique en nous servant des perspectives théoriques et méthodologiques différentes mais à nos yeux complémentaires. Au regard issu des deux binômes *communication et médias* ainsi que *communication et politique*, il faut ajouter l'apport de la sémio-linguistique et la rhétorico-stylistique -qui prennent une place considérable dans notre recherche- et de la psychologie politique. La délimitation et la conceptualisation que nous ferons des diverses formes du risible incorporent enfin, une approche pluridisciplinaire (sociologie, psychologie, philosophie, littérature), avec une primauté des études sémiotiques et rhétoriques. Il s'agit, pour nous, de rendre opérationnels des concepts et des approches différentes dans un but intégratif pour saisir un objet d'étude particulièrement complexe et riche en facettes. Nous ne nous positionnerons naturellement pas en tant qu'experte dans tous ces domaines car l'enjeu pour nous est autre : chercher les moyens qui nous semblent les plus pertinentes et efficaces dans notre but. Et cela, nous semble t-il, est une procédure chère aux sciences de l'information et de la communication.

Notre « ouverture » disciplinaire sera complétée par une ouverture idiomatique, à partir de : la réflexion de certains concepts clés dans le champ du risible en considérant leurs acceptions française, espagnole et anglaise ; la consultation des auteurs qui publient dans ces trois langues ; et la prise en considération des écoles d'étude différentes –notamment dans le domaine du risible-, selon qu'elles soient francophones, anglophones ou hispanophones, encore que nous privilégierons la première d'entre elles.

De même que pour les perspectives théoriques, nous adopterons une posture intégrative des méthodes utilisées. Il nous semble que l'expression d'Yves Jeanneret

[30] M. García. (2006). Un Nuevo Desafío en la Investigación: Enfoque Transdisciplinario en Comunicación y Desarrollo. Razón y palabra, 49. URL: http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/mgarcia.html; M. Pineda De Alcázar. (2002). Los Paradigmas de la Comunicación: Nuevos enfoques teóricos-metodológicos. *The Communication Initiative Network*. URL: www.comminit.com/en/node/150509.

« d'éclectisme méthodologique » [31] convient bien à notre démarche. Nous ferons un parcours qui va du qualitatif au quantitatif, commençant par un regard très détaillé, descriptif, analytique et interprétatif des textes verbaux et mixtes (analyse du discours). A partir de cette première étape, nous ferons un effort considérable de catégorisation, en construisant un système de dimensions et catégories d'analyse visant à quantifier différents éléments relatifs au contenu et à la forme qui interviennent dans le processus de production de sens des textes (analyse de contenu). Cette intention de quantification implique l'abandon de certaines spécificités, nécessaire afin de dépasser la particularité et parvenir à des invariantes, même si nous travaillerons avec un énorme éventail de dimensions et catégories d'analyse qui, nous semble-t-il, rendront compte d'une façon assez large –sans aucun doute pas inépuisable- du phénomène satirico-humoristique étudié. La nature diachronique de notre recherche, ainsi que le nombre important de dimensions et catégories d'analyse exigent l'étude d'une grande quantité de titres et images satiriques. L'utilisation d'outils statistiques devient à la fois possible et nécessaire pour mener à bien notre démarche. A partir de l'application des tests de la statistique non paramétrique (test de χ^2 et calcul de l'écart résiduel standardisé) et de la statistique descriptive multidimensionnelle (Analyse Factorielle de Correspondances Simples et Multiples et Classification Hiérarchique Ascendante), nous pourrons étudier la dépendance ou indépendance des dimensions ainsi que la manière dont celles-ci sont interliées. Ces analyses statistiques nous fourniront une vue d'ensemble peu habituelle dans l'étude de discours satiriques et humoristiques. A partir de notre démarche, nous pourrons saisir des régularités dans le cadre d'une perspective transculturelle. L'étude sur les associations entre les différentes dimensions de contenu et de forme ainsi que la comparaison entre le verbal et le visuel à l'intérieur d'un même journal et entre certaines dimensions de deux journaux, constituera une sorte d'approche syntaxique nécessaire pour parvenir à une grammaire de l'humour. Il faut mettre en avant le haut degré d'articulation entre les quatre étapes décrites (analyse de discours, analyse de contenu, analyses statistiques, analyses comparatives). La démarche se caractérise par des nombreux allers et retours afin d'ajuster le système catégoriel et de rendre l'analyse plus efficace. Cette démarche pluriméthodologique, sera enrichie avec des entretiens individuels semi-directifs réalisés aux journalistes et dessinateurs satiriques du *Canard enchaîné* et de *Sátira/12*, dont nous tirerons profit à différents stades de la thèse.

[31] Y. Jeanneret. (2000). La trivialité comme évidence et comme problème. À propos de la querelle des impostures. *Les enjeux de l'information et de la communication.* URL : http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2000/Jeanneret/index.php. *Eclectisme* est défini par le *TLFi* comme une « méthode intellectuelle consistant à emprunter à différents systèmes pour retenir ce qui paraît le plus vraisemblable et le plus positif dans chacun, et à fondre en un nouveau système cohérent les éléments ainsi empruntés ».

III. Plan de la thèse

La thèse se subdivise en douze chapitres qui peuvent être regroupés en quatre parties. La première partie (chapitres 1-3) sert de cadre théorique visant à présenter deux piliers fondamentaux dans cette recherche qui articulent la communication au monde du risible et à la politique.

Malgré un intérêt qui remonte à des temps lointains, le développement du risible en tant que champ de recherche académique est assez récent et son cadre conceptuel reste vague et peu délimité. Consciente du besoin de rester d'imprécision terminologique avant de nous plonger dans le phénomène de la presse satirique, nous consacrerons le premier chapitre à définir certaines formes du risible qui nous serviront de cadre de réflexion et d'analyse pour l'étude du *Canard enchaîné* et de *Sátira/12* : le comique, l'humour, le mot d'esprit, la parodie, le pastiche, le burlesque, le grotesque, l'ironie, le nonsense ou le comique de l'absurde et la satire. Nous présenterons les trois courants théoriques principaux développés pour aborder le phénomène du rire ou plutôt du risible, et nous ferons une révision de certaines classifications élaborées sur des procédés comiques.

Dans le deuxième chapitre, nous aborderons le phénomène de personnalisation, vedettisation et spectacularisation de l'exercice politique, étroitement lié aux médias. Nous fournirons des éléments servant à définir les notions polysémiques d'image et de représentation, qui sont d'une grande importance dans notre travail. Nous décrirons un courant d'étude à l'intérieur de la psychologie politique sur le comportement électoral, à partir duquel nous créerons plus tard une macro-dimension d'analyse centrée sur les traits de personnalité de l'homme politique. Nous prendrons aussi en considération des apports de l'analyse du discours politique avec la notion d'*ethos*, une composante clé de la stratégie discursive.

Dans le troisième chapitre nous situerons la satire et l'humour politiques dans le contexte actuel, caractérisé par une transposition de genres. Face à cette tendance, nous reviendrons aux traits caractéristiques de la satire politique écrite et visuelle. Nous réfléchirons autour du concept de caricature politique à une ou plusieurs vignettes et nous proposerons un modèle triadique pour son étude. Nous présenterons, enfin, les journaux qui font l'objet de cette thèse, *Le Canard enchaîné* et *Sátira/12.*

La deuxième partie de la thèse (chapitres 4-6) est consacrée à la présentation du cadre théorico-méthodologique et contextuel.

Le quatrième chapitre vise à poser les bases sémio-linguistiques et rhétorico-stylistiques pour l'étude des textes verbaux et mixtes sélectionnés. Nous développerons l'idée selon laquelle les procédés satirico-humoristiques -dont les figures rhétoriques occupent une place de choix- obéissent à une sorte de grammaire plus ou moins implicite. Nous incorporerons une dimension communicative et pragmatique qui contemple le destinataire de ces textes et qui fournira des instruments pour réfléchir autour de possibles stratégies discursives élaborées dans la presse satirique.

Le cinquième chapitre rend compte de l'approche pluriméthodologique utilisée. Nous décrirons en détail les objectifs, le corpus, le processus de construction du système catégoriel ainsi que les méthodes. Nous présenterons la totalité des dimensions et catégories élaborées

pour les titres et les images du *Canard enchaîné* qui constituent notre corpus de référence, avec des exemples pour illustrer chacune de ces dimensions

Le sixième chapitre sert de cadre politique pour l'analyse. Nous décrirons le régime politique existant en France et en Argentine. Nous présenterons brièvement le contexte historique des périodes sélectionnées ainsi que la biographie des présidents Jacques Chirac et Carlos Menem.

La troisième partie (chapitres 7-10) rend compte des résultats obtenus à partir de l'application de l'appareil théorico-méthodologique aux deux corpus composites de notre thèse : les titres et les images du *Canard enchaîné* qui portent sur le président Jacques Chirac (corpus de référence), et les titres et les images de *Sátira/12* qui font référence au président Carlos Menem (corpus d'application). Ce dernier est appelé ainsi puisqu'il s'agit justement d'appliquer le système catégoriel conçu initialement pour le journal français afin de tester son adaptabilité et opérativité.

Le septième chapitre porte sur les résultats de l'analyse pluriméthodologique et multidimensionnelle des 234 titres du corpus de référence. Nous considérerons en premier lieu la distribution de fréquences absolues ou pourcentages pour chaque dimension. Ensuite nous appliquerons le test χ^2 et le calcul de l'écart résiduel standardisé afin de savoir si la période et le type de titre ont une incidence significative dans la distribution de chaque dimension. Nous réaliserons par la suite, une analyse des associations au niveau intra et interdimensionnel avec des analyses de la statistique multidimensionnelle. Avec ces analyses, nous chercherons à identifier des régularités dans les procédés linguistiques qui opèrent dans les titres du *Canard enchaîné*; étudier comment sont articulées les dimensions de caractérisation, de contenu et de forme; et détecter les catégories de notre système qui sont indispensables pour aborder la construction de l'image médiatique d'un homme politique.

Le huitième chapitre porte sur les résultats de l'analyse pluriméthodologique et multidimensionnelle des 405 caricatures et *strips* politiques du corpus de référence. Nous procéderons de la même manière que dans le chapitre précédent.

Le neuvième chapitre présente les résultats obtenus de l'analyse des 36 titres qui constituent le corpus d'application. Nous présenterons la distribution des dimensions travaillées à partir d'une approche comparative avec le corpus de référence. Pour les dimensions qui atteignent le minimum de fréquences absolues nécessaires, nous appliquerons des tests statistiques (test χ^2 et calcul de l'écart résiduel standardisé) qui nous permettront de savoir s'il existe des différences significatives entre les deux corpus.

Le dixième chapitre présente les résultats obtenus de l'analyse des 65 caricatures et *strips* politiques qui constituent le corpus d'application. Nous procéderons de la même manière que dans le chapitre précédent.

La quatrième partie (chapitres 11 et 12), enfin, focalise sur le *quoi* et le *comment* de notre problématique à partir de nouvelles études spécifiques mais aussi en récupérant des résultats des analyses présentés dans les deux parties précédentes.

Le onzième chapitre présente trois études différentes orientées pour approfondir l'étude des procédés satirico-humoristiques du *Canard enchaîné* et de *Sátira/12*. La première étude se concentre sur les titres fictifs, ironiques et parodiques du journal argentin, qui jouent avec l'invraisemblable et servent à construire un simulacre de l'actualité politique. La deuxième étude adopte une approche fonctionnelle et rhétorique pour analyser l'interaction

linguistique et icono-plastique des caricatures politiques des deux journaux satiriques. La troisième, enfin, analyse minutieusement divers procédés verbaux et visuels identifiés dans les titres et images des deux corpus en élargissant une classification proposée par P. Charaudeau (2006).

Le douzième chapitre porte sur le portrait que *Le Canard enchaîné* et *Sátira/12* dressent des présidents Jacques Chirac et Carlos Menem respectivement, à partir de trois axes différents. Premièrement, nous testerons une hypothèse de travail sur la procédure utilisée lorsque la satire doit rendre compte des actions positives attribuées au Président, en nous centrant sur notre corpus de référence. Ensuite, nous analyserons en profondeur les traits de caractère les plus révélateurs associés aux deux dirigeants politiques dans les titres et images des deux corpus, nous positionnant dans une perspective qui conçoit l'exercice politique dans le cadre d'un phénomène de personnalisation et vedettisation qui se produit à l'échelle mondiale. Le troisième axe s'attardera sur les personnages Chirac et Menem en considérant leur portrait plastique, journalistique et satirique. A partir de ces études, nous réfléchirons autour de l'image présidentielle qui émerge des analyses en termes d'un ethos qui répond à un regard satirique.

PREMIÈRE PARTIE :

Communiquer la politique à travers le risible : la presse satirique contemporaine

Cadre théorique

A l'instar de Bernard Miège et Isabelle Pailliart[32], nous pouvons concevoir notre problématique comme « transversale », puisqu'elle n'appartient pas à un seul champ disciplinaire, mais nécessite de la participation de plusieurs perspectives disciplinaires qui vont nourrir nos réflexions et analyses. Notre intérêt principal réside dans la compréhension et la caractérisation d'un phénomène communicationnel spécifique, celui de la presse satirique, nous centrant sur le processus de production de deux types de textes tels qu'ils sont mis en circulation dans la société: des titres et des images où sont combinées des finalités critiques, comiques, transgressives et de décharge. Le cadre d'analyse sera le processus de construction de l'image présidentielle, ce qui nous fait articuler la communication au risible et à la politique.

Nous faisons appel à différents domaines pour construire nos objets d'étude, à partir d'une approche qui trouve ses bases dans les sciences de l'information et de la communication, en tant qu'interdiscipline. Si des distinctions entre multi-, pluri-, inter- et trans-discipline font l'objet de grands débats[33], il existe une tendance croissante à opter pour l'interdisciplinarité au sein des sciences de l'information et de la communication[34]. Cette posture implique le fait de mettre en interaction des regards disciplinaires différents, d'intégrer des concepts et des méthodes pour édifier un objet d'étude complexe. Nous nous

[32] B. Miège et I. Pailliart. (2007). « La recherche en information et communication comme praxis », *in* S. Olivesi (dir.). *Introduction à la recherche en SIC*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

[33] A propos des différences entre multi, pluri, inter et transdiscipline: E. Jantsch. (1970). Inter- and Transdisciplinary University: A Systems Approach to Education and Innovation. *Policy Sciences*, (*1*: 4), pp. 403-428 ; E. Ander Egg et R. Follari. (1988). *Trabajo social e interdisciplinariedad*. Buenos Aires : Editorial Humanitas; Taller de Capacitación docente. Planificación interdisciplinaria. Ministerio de Educación y Justicia, Argentina, 1986.

[34] B. Miège. (2004). *L'information-communication, objet de connaissance*. Bruxelles, De Boeck. C'est d'ailleurs, la posture adoptée par le Conseil National des Universités (CNU), section 71, qui définit le champ des sciences de l'information et de la communication.

intéresserons à diverses facettes des phénomènes communicationnels mentionnés, un choix qui demande une vision plus large et intégrale que celle que nous fournirait une monodiscipline ou même une pluridiscipline. Par définition, celle-ci implique la coopération des disciplines sans qu'il y ait coordination (Jantsch, 1970).

Cette première partie de la thèse, que nous avons structurée en trois chapitres, présente les fondements théoriques et les concepts de base dans les domaines du risible, particulièrement de la satire, ainsi que de la communication politique, qui serviront de cadre dans notre recherche.

En premier lieu, nous ferons une approche pluridisciplinaire du champ du risible, tentant de poser les grands courants théoriques qui s'y sont intéressés : sociologiques, philosophiques, psychologiques, linguistiques, littéraires et communicationnels. Nous délimiterons des concepts qui nourriront nos analyses et interprétations, comme celui du comique, de l'humour, de la satire, du mot d'esprit, de la parodie, de l'ironie ou encore du grotesque et *nonsense*. Nous réviserons quelques classifications des formes du risible ainsi que des recours du comique élaborés par des auteurs à partir de diverses perspectives, sur lesquelles nous reviendrons dans les parties des résultats de la thèse.

En deuxième lieu, nous incorporerons des réflexions émanant de la communication politique et la communication des médias qui nous permettront de présenter un phénomène de personnalisation, vedettisation et spectacularisation de la politique qui a une influence dans l'ensemble des productions médiatiques qui s'intéressent à ce domaine. Des études en psychologie politique nous fourniront des éléments d'analyse que nous mettrons ensuite en pratique pour aborder l'image présidentielle. Nous réfléchirons autour de la notion d'image et de représentation, centrales dans notre thèse, ainsi que sur celle d'*ethos*, affaire de la rhétorique.

En troisième lieu, et après avoir introduit des perspectives théoriques autour du risible et de la politique, nous nous attarderons dans le phénomène de la satire politique verbale et visuelle. Nous la placerons dans le contexte actuel, nous présenterons des éléments caractéristiques, nous préciserons les raisons qui nous conduisent à parler de *caricature politique* et nous proposerons un modèle triadique pour son étude. Nous finirons avec la présentation des deux journaux satiriques sur lesquels porte cette thèse : *Le Canard enchaîné* et *Sátira/12*.

Chapitre 1 :

Formes du risible

Dans notre monde tendu jusqu'au point de rupture, il n'est plus rien qui puisse survivre à trop de sérieux. L'humour est l'unique remède qui dénoue les nerfs du monde sans l'endormir, lui donne sa liberté d'esprit sans le rendre fou et mette dans les mains des hommes, sans les écraser, le poids de leur propre destin.

Robert Escarpit, *L'humour*, 1972.

Le rire est une chose sérieuse avec laquelle il ne faut pas plaisanter.
Raymond Devos.

Ce premier chapitre de la thèse vise à présenter un panorama général sur différentes approches qui ont été menées autour du champ du *risible*, terme qui nous semble plus pertinent que celui de *rire* (section 1.1.). Nous ferons une révision de divers courants théoriques qui se sont intéressés à ce phénomène depuis de nombreuses disciplines et en mettant l'accent sur des aspects divers (1.2.). Cette tâche est d'une extrême complexité, tant les frontières entre les formes du risible sont peu délimitées. Nous jugeons pourtant nécessaire de donner ici quelques définitions que nous adopterons tout au long de notre thèse (1.3.). La démarche ainsi entreprise sera enrichie avec une approche plurilingue des concepts clés et des écoles d'étude. Afin d'aborder la distinction conceptuelle entre l'humour, le comique, la satire et le mot d'esprit, indispensable dans le cadre de cette étude, nous effectuerons une révision et une analyse des définitions présentées dans les dictionnaires en langue française, espagnole et anglaise. Avec cette ouverture idiomatique, nous prétendons élargir notre cadre de référence. Nous poursuivrons avec l'analyse de certains ouvrages qui ont contribué au traitement du sujet depuis des domaines divers.

Comment différencier le comique de l'humour, l'humour du mot d'esprit -ou plutôt du *wit* anglais-, la parodie du pastiche ? Pourquoi la satire se sert-elle du rire ? Est-ce qu'elle est

toujours humoristique ? Qu'est-ce que l'ironie apporte au regard satirique ? Telles sont quelques unes des nombreuses questions qui nourriront nos réflexions.

L'idée de regrouper dans les sections à venir l'humour et le comique, la parodie et le pastiche, le burlesque et le grotesque, est due au fait que ces formes nous semblent être en particulier des sources de confusions dans la littérature, même si nous précisons –comme nous le verrons- que les intersections entre tous les concepts que nous travaillerons sont nombreuses, et qu'elles présentent plusieurs points en commun.

Après avoir caractérisé les diverses formes du risible qui nous semblent d'importance dans le cadre de notre recherche, nous ferons une révision de quelques classifications réalisées à partir des approches différentes sur les procédés comiques (1.4.). Un bilan du chapitre récupérera, enfin, certaines idées saillantes (1.5.).

1.1 Le rire, le risible et le comique

Le monde du comique, de l'humour et du rire est à la fois complexe et fascinant. Des penseurs depuis l'Antiquité et tout au long de l'histoire s'y sont penchés, tantôt en considérant les maux du rire, tantôt en analysant ses bénéfices. En dépit de cette ancienne curiosité pour dévoiler le fonctionnement et les causes du rire, son développement comme champ de recherche académique est assez récent, et les spécialistes sont encore loin de se mettre d'accord sur des questions fondamentales comme la terminologie à utiliser pour le saisir. En accord avec Jean-Marc Defays[35], une bonne manière de commencer est de partir des notions qui sont assez consensuelles. C'est le cas du rire, entendu comme effet physiologique. Selon les définitions des dictionnaires, le rire dénote le mouvement de la bouche et d'autres parties du visage et du corps ainsi que des sons, qui expriment un état émotionnel, généralement la gaieté, l'amusement. Cette approche terminologique est pourtant réductrice car le rire peut aussi être causé par la nervosité, l'hystérie, la gêne voire la politesse. Nous distinguerons donc, à la suite de J.-M. Defays, le rire en tant qu'effet physiologique non euphorique (résultat de conventions sociales telles que la politesse, la bienveillance ou la révolte et la provocation), et le rire euphorique, spontané ou provoqué par un stimulus toxique (drogues, alcool), physique (chatouilles) ou intellectuel (le « rire comique »).

S'il est évident que le rire qui nous intéresse est produit par un stimulus intellectuel, on peut toujours contester qu'il y ait des formes du comique comme c'est le cas de l'humour et de la satire qui ne suscitent pas forcément le rire mais le sourire ou la réflexion. Que le résultat de la lecture d'un article satirique ou d'un dessin de presse soit un éclat de rire, un sourire timide ou l'irritation, dépend plutôt de la situation de communication, c'est-à-dire des acteurs intervenants, de leur intentionnalité, de la thématique abordée et du contexte dans lequel la communication s'établit, ainsi que des procédés mis en œuvre. Or, il n'est pas ici question de l'effet produit par un article satirique ou un dessin de presse mais des procédés comiques, humoristiques, satiriques. Ce dont il est ici question est le risible, qui peut être défini comme un stimulus intellectuel qui a la capacité, la *potentialité* de provoquer le rire.

[35] J.-M. Defays. (1996). *Le comique : principes, procédés, processus.* Paris : Seuil. Après une longue recherche bibliographique, nous avons préféré l'approche introductive du comique réalisée par ce chercheur en raison de sa clarté, sa pertinence et sa solidité. Les paragraphes qui suivent ont donc été inspirés du travail cité.

Pour le risible, nous nous limiterons au risible intentionnel laissant de côté le risible non intentionnel (issu de petits faits de la vie quotidienne). Ce risible volontaire est en définitive le comique, le terme générique que nous adopterons pour faire référence à l'ensemble de messages verbaux et non-verbaux qui cherchent à produire le rire –quoique non seulement. Néanmoins, le comique sera aussi utilisé dans un sens plus restreint (voir 1.3.2.).

Les termes *rire* et *risible* peuvent acquérir une connotation négative du moment où on les associe au ridicule et au fait de se moquer de quelqu'un ou de quelque chose (« rire de »). C'est leur côté agressif, dont nous parlerons un peu plus bas.

D'une façon synthétique, nous dirons que le comique est un stimulus intellectuel, produit de manière intentionnelle et délibérée, qui peut être véhiculé par des supports très divers, et qui a pour but principal de provoquer le rire.

1.2 Théories du comique et du rire

Le comique et le rire constituent un phénomène de grande richesse, matière à réflexion depuis des temps lointains pour de nombreux spécialistes appartenant à des disciplines très variées. Les théories qui ont été créées pour mettre un peu de lumière sur les causes du rire sont diverses mais elles ont été traditionnellement classifiées en trois grands axes : un axe social -philosophique- qui regroupe celles basées sur le principe de **supériorité** (hostilité, agression, triomphe, dérision, rabaissement[36]) ; un axe psychanalytique, qui explique ces phénomènes par l'existence d'une **décharge** psychique (sublimation, libération, économie) ; et un axe cognitif, qui, lui, se centre sur le principe d'**incongruité** (contraste).

Les trois groupes focalisent sur différents aspects du comique mais ils ne sont pas mutuellement exclusifs et on verra que certains auteurs font des apports dans la constitution de plus d'un axe théorique cité. Le tout apporte un regard pluridisciplinaire, nécessaire pour aborder un objet d'étude si riche et avec une telle quantité de facettes comme c'est le cas du rire et du risible. Ceci rend difficile l'existence d'une théorie consensuelle. D'après Victor Raskin[37], ces trois théories sont plutôt des « théories partielles » et il postule qu'une synthèse aiderait à mieux expliquer le phénomène (voir 1.4.1.). Alors que la théorie de la supériorité se centre sur la relation entre les intervenants de l'acte comique, la théorie de la décharge s'intéresse au locuteur exclusivement, et celle de l'incongruité focalise sur le stimulus, écrit l'auteur. Il faut dire aussi que l'on trouve certains aspects de quelques théories ne pouvant pas être compris sous le principe de supériorité, décharge et incongruité. Nous reviendrons sur ces aspects-là après avoir brièvement développé les trois axes mentionnés[38].

[36] S. Attardo. (1994). *Linguistic Theories of Humor*. Berlin: Mouton de Gruyter.
[37] V. Raskin. (1985). *Semantic Mechanisms of Humour*. Dordrecht : D. Reidel Publishing Company.
[38] Pour une révision approfondie de différentes théories élaborées sur le rire et le risible, consulter les auteurs cités par S. Attardo, 1994 : pp. 47-50.

1.2.1 La théorie de la supériorité

C'est l'approche la plus ancienne du comique puisque parmi ceux qui ont fait des apports dans cette direction on trouve Platon, Aristote, Cicéron et Quintilien[39]. Cette théorie exalte le côté agressif du rire car elle postule que l'on rit des défauts des autres, et tend à associer le rire au ridicule. A la suite de Jean-Marc Defays, nous pourrions renommer cette théorie comme « la théorie du sentiment de supériorité (chez le rieur) ou de la dévaluation (du risible) » (1996 : 15) : la dégradation de nos adversaires permettrait de réaffirmer notre estime et confiance.

Pour Platon, nous éprouvons un sentiment de mépris burlesque quand on découvre le vice ou le malheur de l'autre. Il a défini le rire comme dangereux parce que d'après lui, il implique une perte du contrôle de soi : « lorsqu'on se laisse aller à un rire puissant, puissante est aussi la modification intérieure que cela tend à provoquer en vous », exprime-t-il dans *La République*[40]. Platon trouve le rire indigne des personnes responsables et nobles et juge qu'il faut le laisser aux bouffons, aux fous, aux méchants et aux esclaves (Defays, 1996). Le classicisme, qui reprend la philosophie platonicienne, condamne le rire au nom de la raison et n'accepte que le rire mesuré, conciliateur entre l'amusement et la bienséance[41].

Aristote, pour sa part, a lié le rire et le comique à l'identification d'un défaut ou d'une laideur mais en précisant que pour que l'on rie, il faut que ce défaut et cette laideur soient « sans douleur ni dommage ». Chez Aristote, le rire est indissociable du ridicule : les formes qui ne sont pas ordinaires attirent notre attention. Nous rions de cette difformité avec méchanceté et mépris, tout en grandissant notre estime. Cette conception limitée du rire, associée au « bas », sera d'énorme influence dans le comique théâtral pendant des siècles (Sternberg-Greiner, 2003). Des auteurs tels que Ralph Piddington[42], trouvent la posture d'Aristote moins négative que celle de Platon du moment où le premier reconnaît le principe esthétique du rire, et qu'il ne condamne que l'excès de rire.

La conception de Cicéron sur le rire va dans le même sens car il considère que la difformité est sa principale cause et identifie le rire au ridicule, à la raillerie. Quintilien, pour sa part, assure que le rire n'est pas séparable de la dérision. Ces opinions si négatives du rire ont terni son image pendant longtemps.

Au XVI^{ème} siècle, Thomas Hobbes fait écho aux philosophes de l'Antiquité et il appelle « *sudden glory* » le moment de gloire que nous éprouvons face à la faiblesse des autres :

> « *Sudden glory is the passion which make those grimaces called laughter; and is caused either by some sudden act of their own that please them; or by the apprehension of some deformed thing in another, by comparison whereof they suddenly applaud themselves. And it is incident most to them that are conscious of the fewest abilities in themselves; who are forced to keep themselves in their own favour by observing the imperfections of other men. And therefore much laughter at the defects of others is a sign of pusillanimity. For of great*

[39] Aristote (1980). (ed. R. Dupont-Roc et J. Lallot). *La Poétique*. Paris : Seuil ; Platon. (1934). *La République*. Livre III. (trad. E. Chambry). Paris: Les Belles Lettres. A propos des auteurs latins, nous avons consulté notamment S. Attardo, 1994.
[40] Platon. (1934). *La République*. Livre III. (trad. E. Chambry). Paris: Les Belles Lettres.
[41] V. Sternberg-Greiner. *Le comique*. Paris : Flammarion, 2003.
[42] Cité par S. Attardo, 1994, p. 20.

minds one of the proper works is to help and free others from scorn, and compare themselves only with the most able »[43].

D'après le philosophe, les sources du rire résident dans le plaisir que quelqu'un ressent, soit par un acte individuel soit face aux défauts des autres, et considère que se comparer avec les imperfections d'autrui est un acte de lâcheté. Pour lui, le rire est quelque chose de momentané lié aux sentiments que l'on éprouve dans des circonstances particulières « *for no man laughs at old jests* »[44].

Au XIX[ème] siècle, le psychologue expérimentaliste Alexander Bain a une conception du rire qui se correspond avec celle des pionniers de cette théorie : « *Not in physical effects alone, but in everything where a man can achieve a stroke of superiority, in surpassing or discomforting a rival, is the disposition of laughter apparent* »[45]. Cet auteur, parmi d'autres, affirme que le rire de supériorité est d'autant plus fort que la personne faisant l'objet de dérision est célèbre. Plus le piédestal est élevé, plus la dégradation est importante, plus le rire se manifestera avec véhémence.

En 1900, Henri Bergson publie son célèbre ouvrage sur le rire, d'énorme influence dans le domaine. Lui aussi coïncide avec l'esprit de supériorité de ceux qui rient : « le rieur rentre tout de suite en soi [et] s'affirme plus ou moins orgueilleusement lui-même »[46]. L'auteur introduit un nouvel aspect du rire, très largement répandu parmi les spécialistes, et c'est le fait de le concevoir comme un facteur de correction sociale. Le rire devient un mécanisme de contrôle social du moment où l'on sanctionne, par le ridicule, les inadaptés du système : « Toute petite société qui se forme au sein de la grande est portée, par un vague instinct, à inventer un mode de correction et d'assouplissement pour la raideur des habitudes contractées ailleurs et qu'il va falloir modifier » (Bergson, 1924 : 60). Cette conception du rire, néanmoins, date de bien plus longtemps et est devenue très célèbre par l'adage « *castigat ridendo mores* » (châtier les mœurs par le rire[47]), reprise par Molière pour faire référence à la comédie.

L'idée selon laquelle nous rions comme groupe pour rabaisser un autre groupe a été travaillée par des psychologues contemporains. J. R. Zillmann et D. Cantor[48] postulent que l'appréciation de l'acte comique est pleine quand nos amis humilient nos ennemis alors qu'elle est dans son degré minimal quand ce sont nos amis, l'objet de la dérision.

---

[43] T. Hobbes. *Leviathan*. (2005). (ed. A.P. Martinich). Peterborough : Broadview Press. Traduction de P. Folliot (http://philotra.pagesperso-orange.fr/hob6.htm): « La soudaine gloire est la passion qui produit ces grimaces qu'on nomme le rire. Elle est causée soit par quelque action soudaine dont on est content, soit par la saisie en l'autre de quelque difformité, en comparaison de laquelle on s'applaudit soudainement soi-même. Elle touche surtout ceux qui sont conscients qu'ils possèdent le moins de capacités, et qui sont obligés, pour se conserver leur propre estime, de remarquer les imperfections des autres hommes. Et donc, rire beaucoup des défauts des autres est un signe de petitesse [d'esprit]. Car l'une des tâches des grandes âmes est d'aider les autres et de les libérer du mépris, et de se comparer seulement aux plus capables ».

[44] T. Hobbes, 2005 : 49. Traduction proposée : « personne ne rit des vieilles plaisanteries ».

[45] Cité par A. Koestler. (1987). « Humour and Wit ». *Britannica Macropaedia.*

[46] H. Bergson. (1924). *Le rire. Essai de signification sur le comique*. Paris : Editions Alcan, p. 84.

[47] L'origine de cette devise reste assez controversée. Il y en a ceux qui suggèrent qu'elle devrait être attribuée à Horace, d'autres qui situent sa création chez les comédiens italiens.

[48] Cités par V. Raskin, 1985.

1.2.2 La théorie de la décharge psychique

Après Emmanuel Kant, qui signala que le rire est « une affection résultant de l'anéantissement soudain d'une attente extrême »[49] et parla des mouvements de tension et détente, Herbert Spencer[50] (XIX^{ème} siècle) fit des apports considérables dans la conceptualisation du rire à partir d'une approche plus psychologique, l'associant à une décharge psychique. D'après les théoriciens qui ont contribué à la constitution de cette approche du comique, le rire est le résultat d'une décharge d'énergie intellectuelle, nerveuse et psychique, grâce à laquelle la stabilité psychique est atteinte.

Au début du XX^{ème} siècle, Sigmund Freud écrivit l'un des ouvrages incontournables dans la matière : *Le mot d'esprit et son rapport à l'inconscient*, où il fait une analyse détaillée du fonctionnement et de la « raison d'être » du mot d'esprit, qu'il distingue du comique et de l'humour. Ces trois variétés du risible sont des méthodes psychiques qui ont pour but l'obtention d'un gain de plaisir. Celui-ci apparaît lorsqu'une économie de la dépense psychique se produit, si et seulement si elle n'est pas réutilisée dans une autre activité psychique. La dépense inutilisée est ainsi déchargée par le rire.

Le plaisir procuré par le mot d'esprit réside autant dans ses techniques que dans ses tendances. Par rapport à ces dernières, les mots d'esprit tendancieux sont différenciés de ceux qualifiés comme innocents parce qu'ils sont au service d'une intention particulière. Les tendances peuvent être obscènes, hostiles, cyniques et sceptiques.

Les premières « servent à dénuder » et comprennent des grivoiseries adressées à une deuxième personne que l'on trouve sexuellement attractive. Puisque celle-ci ressent une inhibition de ses pulsions libidineuses -manifestée par un sentiment de honte-, le créateur du dit obscène a besoin d'une troisième personne avec qui partager son mot d'esprit. Dans ce processus, la tierce personne réussit à satisfaire sa libido sans aucun effort. Dans le cas de la tendance hostile, l'agression que la société nous a amenée à réprimer est exprimée sous une forme plus civilisée, à travers des invectives que l'on communique à un tiers. En rabaissant, ridiculisant et méprisant son ennemi, la première personne éprouve un sentiment de supériorité[51]. Comme dans le mot d'esprit obscène, la tierce personne partage avec le créateur le plaisir produit, qu'il manifeste par le rire. On voit ainsi que le mécanisme de fonctionnement est identique à celui de la tendance obscène. Cette deuxième tendance est celle qui nous intéresse le plus car elle réfère au mécanisme de fonctionnement de la satire. Elle est une « révolte de l'autorité », une émancipation de la pression que cette autorité exerce sur nous. A travers le mot d'esprit cynique, on se rebelle contre une morale trop exigeante et indifférente à nos besoins intérieurs. La tendance est critique et blasphématoire. Le mot d'esprit sceptique, enfin, lutte contre la sûreté dans notre jugement. Ces quatre tendances, en définitive, nous permettent de nous libérer d'un besoin intérieur, réprimé par la société.

Quant aux mots d'esprit innocents, dont l'intentionnalité n'est autre que l'obtention du pur plaisir, Freud les classifie en trois groupes. Le mécanisme du plaisir du premier groupe, auquel appartiennent les jeux de sonorités, consiste à « trouver le lien éloigné entre deux domaines de représentation ». Le deuxième groupe est composé par des techniques telles que

[49] E. Kant. (1993) [1790]. *Critique de la faculté de juger*. Paris : Vrin, p. 238.
[50] H. Spencer, cité par S. Freud. (1988). [1905]. *Le mot d'esprit et son rapport à l'inconscient.* Paris : Gallimard.
[51] On voit ainsi que Freud rejoint ici, si ce n'est que temporairement, la théorie sur le principe de supériorité.

l'unification, l'utilisation multiple, la modification de locutions connues et l'allusion des citations ; et son mécanisme réside dans le fait de « retrouver le connu ». Le troisième groupe comprend les mots d'esprit fondés sur des pensées, parmi lesquels Freud s'attaque au « plaisir pris au non-sens ». Il s'agirait, pour lui, d'une manière de se soulager des contraintes de l'éducation intellectuelle, de la « raison critique », qui depuis un jeune âge nous amène à réprimer des pensées absurdes et non rationnelles. Dans les trois groupes, le plaisir s'obtient parce qu'il se produit l'économie d'une dépense ou bien parce qu'une dépense déjà existante est allégée.

Pour le psychanalyste, le mot d'esprit se sert du comique car il produit un « effet de plaisir préliminaire qui nous séduit ». Il explique la condition indispensable du comique par la différence quantitative entre deux dépenses (celle attendue et celle qui se produit en réalité). Ainsi par exemple, dans le cas du comique de gestes, nous rions des gestes que nous jugeons exagérés et inutiles. En comparant les mouvements physiques de quelqu'un avec ceux que nous aurions fait à sa place, nous estimons qu'il a fait une dépense d'énergie trop grande et nous rions. Ce phénomène qui entraîne le rire est appelé par S. Freud le « somatiquement grand ».

Un autre phénomène qui produit le comique, le « sublime », et qui a lieu autant dans la caricature que la parodie, le burlesque et le démasquage, s'attaque à ceux qui ont une autorité, ceux qui sont éminents. Les procédés comiques opèrent un rabaissement de la personne à travers, par exemple, l'exagération et l'isolation d'un trait particulier d'un visage; la présentation d'un propos digne d'une façon vulgaire ; ou l'accent mis sur les besoins naturels de celui qui est considéré comme un demi-dieu. « La comparaison devient indubitablement comique lorsque la différence de niveau qui existe entre la dépense d'abstraction des deux choses comparées augmente », affirme S. Freud (1988 : 369). Les deux phénomènes décrits naissent d'un surplus de dépense.

Sans se prononcer complètement convaincu, l'auteur expliquerait le comique par le rapport que l'adulte établit avec le *moi enfantin*. Il serait ainsi d'accord avec Henri Bergson (1924, 34), qui signale : « Peut-être même devrions-nous (…) remonter à nos souvenirs les plus anciens, chercher dans les jeux qui amusèrent l'enfant la première ébauche des combinaisons qui font rire l'homme ». On pourrait placer sous cette théorie de décharge, et tout particulièrement sous la tendance hostile dont parle S. Freud, l'esprit régnant dans les fêtes carnavalesques au Moyen Âge et à la Renaissance. Les différentes célébrations et traditions comiques de l'époque servaient de catharsis pour se libérer des règles sociales et des tabous imposés par la société. Mikhaïl Bakhtine a écrit à ce sujet un travail célèbre, auquel nous ferons référence dans la section consacrée au grotesque[52].

1.2.3 La théorie de l'incongruité

Dans *Critique de la faculté de juger*, d'Emmanuel Kant, on trouve l'une des premières contributions à la constitution de cette théorie, qui met l'accent sur le facteur cognitif du rire. A propos de la plaisanterie, le philosophe allemand assure qu'elle doit « toujours contenir quelque chose qui puisse un moment faire illusion ; c'est pourquoi quand l'apparence se

[52] M. Bakhtine. (1990). *L'œuvre de François Rabelais et la culture populaire au Moyen Âge et sous la Renaissance*. Paris : Gallimard.

dissipe, l'esprit regarde en arrière pour la rechercher encore une fois et ainsi de par cette tension et cette détente, se succédant rapidement, il est comme pris dans une oscillation » (1993, 239).

E. Kant évoque la tension que deux propositions inconsistantes ou incongrues produisent dans l'intellect. Son contemporain James Beattie, écrivain ecossais, va dans le même sens quand il exprime : « *Laughter arises from the view of two or more inconsistent, unsuitable, or incongruous parts or circumstances, considered as united in one complex assemblage, or as acquiring a sort of mutual relation from the peculiar manner in which the mind takes notice of them*"[53].

Le philosophe allemand Arthur Schopenhauer fait également des apports significatifs vers la constitution de cette théorie : "*The cause of laughter is simply the sudden perception of the incongruity between a concept and the real project which have been thought through it in some relation, and the laugh itself is just the expression of this incongruity*"[54].

H. Bergson fait aussi référence à cette conception du rire quand il développe les trois procédés du comique, dont « l'interférence de séries » : « une situation est toujours comique quand elle appartient en même temps à deux séries d'événements absolument indépendantes, et qu'elle peut s'interpréter à la fois dans deux sens tout différents » (1924 : 45). D'autre part, à l'instar de S. Attardo (1994), la contribution d'H. Bergson peut être classée plus largement dans cette théorie du moment où la source du comique est pour lui le contraste entre le normal et le mécanique dans la vie (voir *infra*).

Arthur Koestler, écrivain hongrais nationalisé anglais, forge l'expression « bissociation » pour distinguer les pensées qui se déroulent dans un seul univers de discours, au premier niveau, et les types d'activité mentale qui opèrent à deux ou plusieurs niveaux de pensées. "*It is the sudden clash between [these] two mutually exclusive codes of rules –or associative contexts- that produces the comic effect*" (1989 : 739).

Cette théorie de l'incongruité est très répandue et partagée par un bon nombre de spécialistes. Que le mécanisme engendrant le comique soit nommé incongruité, anomalie (J. Emelina), décalage (F. Evrard), discordance (M. Angenot), bissociation (A. Koestler), rupture du déterminisme (J. Fourastié), duplicité contradictoire (D. Noguez), transposition ou interférence de séries (H. Bergson), conciliation ludique de deux inconciliables (E. Auboin)[55], il se produit par l'existence d'un écart entre ce qu'on attendait et ce qui se produit en réalité. Il faut alors distinguer deux étapes : une première dans laquelle on perçoit l'incongruité et la deuxième où on la résout. L'écart par rapport à la norme surprend et suscite une tension plus ou moins forte. La résolution de cette incongruité détend et déclenche le rire, ou du moins le sourire. Introduire la notion de norme peut être discutable car dire ce qui est normal ou anormal est discutable. Pourtant, la sortie de cet obstacle proposée par J. Emelina nous semble convenable. Il affirme que la norme est inextricablement liée à un temps, un lieu et à des sujets particuliers.

---

[53] Cité par G. Ritchie. (2007). An Overview of Humour Research. Conférence présentée dans le *7th International Summer School & Symposium on Humour & Laughter*, Université d'Aberdeen, Ecosse.

[54] Cité par V. Raskin,1985, p. 31.

[55] J. Emelina. (1991). *Le Comique. Essai d'interprétation générale.* Paris : Sedes ; F. Evrard. (1996). *L'humour.* Paris : Hachette ; A. Koestler, 1987 *;* J. Fourastié. (1983). *Le rire, suite.* Paris : Denoël Gonthier ; D. Noguez. (1969a). Structure du langage humoristique. *Revue d'esthétique, 22* ; H. Bergson, 1924 *;* E. Auboin. (1948). *Les genres du risible. Ridicule, comique, esprit, humour.* Marseille, Ofep.

En plus de l'anomalie indispensable pour qu'il y ait du comique, cet auteur fait aussi mention de la distance affective, ce qui reviendrait à la formule « sans douleur ni dommage » déjà évoquée un peu plus haut, et attribuée à Aristote. J. Emelina affirme : « Il ne peut y avoir comique que là où il y a anomalie, mais là où celle-ci, au lieu d'affecter le moi, est tenue à distance comme pur spectacle. La rencontre de ces deux conditions, chacune nécessaire mais non point suffisante, nous paraît donc constituer la structure de base indispensable du comique » (1991 : 45).

L'anomalie, la distance affective… et aussi la surprise. Celle-ci est de grande importance et fait souvent la différence entre un bon rire après avoir écouté une blague pour la première fois, et l'ébauche de sourire si on l'écoute pour la deuxième fois. La chute est un « mécanisme structural » (*structural device* : Raskin, 1985) dans toute blague mais elle peut l'être aussi dans les échos ou billets satiriques, tels que le *Vite dit* ou *Zig Zag* du *Canard enchaîné*.

1.2.4 D'autres apports théoriques

Les théories classiques que nous venons de mentionner ne comprennent que quelques aspects du comique et tendent à ne pas prendre en considération des aspects relationnels ou culturels dans un sens positif, le rire entendu comme forme de socialisation, favorisant à la constitution de communautés. Ainsi, plusieurs auteurs ont parlé de la facette grégaire du rire. Telle la phrase de H. Bergson : « On ne goûterait pas le comique si l'on se sentait isolé. Il semble que le rire ait besoin d'un écho » (1924 : 11).

Nous ne prétendons pas faire ici une revue trop étendue de nombreux travaux qui ont été faits sur le sujet, parmi lesquels abondent ceux conçus à partir d'une approche sociologique et pragmatique de l'humour. Nous nous contenterons, en échange, d'évoquer quelques théories qui ont nourri de nombreuses études par la suite.

La théorie de la politesse de Brown et Levinson[56], conçoit que dans les interactions sociales, nous modifions notre langage en fonction de l'auditeur et que nos actions sont orientées pour éviter les menaces de perdre la face[57] ou celle d'autrui. Les stratégies de politesses sont mises en œuvre pour éviter ces menaces, parfois inévitables ou même désirées[58].

---

[56] P. Brown et S. Levinson. *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.

[57] Le concept de « face » a été forgé par Erving Goffman. (1974). *Les Rites d'interaction.* Paris: Éditions de Minuit. Ce concept a été appliqué à la manière dont les êtres humains se présentent aux autres dans des échanges sociaux. Quand on interagit avec les autres, on adopte une « ligne de conduite », qui comporte, en définitif, l'appréciation que l'on a des partenaires ainsi que de soi-même. On se comportera de façon à garder sa propre face et celle des partenaires, c'est-à-dire, que l'on adoptera une ligne d'action consistante avec l'image que l'on projette. Contrairement, on fera « mauvaise ou piètre figure » si la ligne d'action ne correspond pas à l'image que les autres ont de l'acteur qui interagit. L'acteur mettra en œuvre un ensemble d'actions –« figuration »- pour éviter que personne ne perde la face dans l'échange social.

[58] Pour Brown et Levinson, tout individu a une face positive et négative. La première comprend le besoin de se sentir apprécié alors que la deuxième comprend le désir d'être autonome et de se sentir libre de restrictions. Les stratégies de politesse peuvent être *on record* (il y a une seule intention, sans ambiguïté) ou *off record* (il peut y avoir plusieurs intentions). Parmi les premières, elles peuvent être abruptes, directes et claires, sans action réparatrice (ex : A dit à B : « Je veux que tu me donnes ce livre ! ») ; ou avec action réparatrice. Les stratégies avec action réparatrice sont divisées en deux groupes : stratégies positives (orientées à maintenir la face positive que l'autre a de lui-même ; ex : A dit à B : « Je trouve ce livre très intéressant. J'apprécierais énormément si tu

Cette théorie a été appliquée au champ du comique et de l'humour. Janet Holmes[59] étudie les fonctions de l'humour verbal dans les interactions habituelles entre des professionnels dans leur lieu de travail. Elle affirme que la théorie de la politesse sert comme cadre d'analyse pour les actions qui visent à établir des rapports de camaraderie entre les collègues, partant du supposé que ces derniers veulent que leur interaction de travail se déroule le plus harmonieusement possible. Ainsi, elle exemplifie l'humour comme stratégie de politesse positive servant à construire un lien de solidarité entre des collègues à égale hiérarchie. L'humour peut aussi être une manière d'éviter que le locuteur perde la face en tournant le sujet de gène sous une forme humoristique. Dans le cas des stratégies de politesse négative, l'humour est utilisé pour adoucir l'impact qu'une directive ou une critique produit dans le destinataire.

D'autres études se centrent sur l'utilisation du comique et de l'humour dans les hôpitaux et analysent la manière dont les médecins s'adressent aux patients et construisent des rapports solidaires avec eux[60].

Les recherches portant sur l'utilisation de l'humour dans les conversations quotidiennes constituent une autre voie d'analyse de la fonction sociale du comique comme facteur de socialisation.

Un autre axe de recherche d'un point de vue rhétorique, considère le comique et le rire comme des « armes » stratégiques de l'orateur étant donné leur valeur persuasive. Ils sont « à la fois moyen et fin dans le jeu exploité des passions »[61]. Cicéron cherche à identifier dans quelle mesure le comique peut intervenir comme un élément de persuasion dans le discours et s'intéresse également à son efficacité persuasive. Pour lui, le rire aide à capter la bienveillance de l'auditeur, tromper l'adversaire et adoucir les situations hostiles[62]. Dans son *Institutio Oratoria*, Quintilien remarque que le rire peut servir à distraire le juge des faits dont il est question dans le procès et même le « réveiller » s'il est un peu ennuyeux (!). Le penseur latin, comme d'autres l'ont fait à leur tour, suggère d'éviter l'exagération et déconseille le recours au rire dans des situations tragiques. D'après lui, le rire est plus un don naturel qu'un apprentissage mais il se prononce néanmoins pour l'incorporation de certaines techniques dans les cours de rhétorique, visant à savoir pratiquer « la juste et saine plaisanterie » (Molinié, 1992).

---

pouvais me le prêter ») ; et stratégies négatives (visent à satisfaire partiellement la face négative de l'autre, c'est-à-dire, le besoin qu'il a de se sentir libre et sans restrictions ; ex : A dit à B : « Je sais que tu t'en sers souvent, mais est-ce que je peux emprunter ce livre ? »). Dans les stratégies *off record*, l'intention du message est ambiguë. En nous servant de la même idée des exemples cités, A veut emprunter le livre de B et il dit : « J'ai besoin de consulter le livre de l'auteur X mais je ne sais pas où le trouver »).

[59] J. Holmes. (2000). Politeness, Power and Provocation: How Humour Functions in the Workplace. *Discourse Studies*, (*2*,2).

[60] Voir à ce sujet, par exemple : C. Garitte et N. Feuerhahn (comp.). (2008). Faire rire : mode d'emploi. Hôpiclowns, clownanalystes, auteurs, humoristes. *Humoresques*, *27*.

[61] G. Molinié. (1992). *Dictionnaire de rhétorique*. Paris : Librairie Générale Française, p. 295.

[62] J. A. Llera. (2003). « Una aproximación interdisciplinar al concepto de humor". *Signa, revista de la Asociación Española de Semiótica*, *12*.

1.3 A propos des formes du risible

Le risible prend diverses formes discursives comme c'est le cas de l'humour, du mot d'esprit, de la parodie, du pastiche et d'autres variantes, que nous tenterons de caractériser dans les sections qui la suivent. La définition de *genre* proposée par Oscar Steimberg[63] nous indique que ces formes peuvent acquérir un tel statut, quand elles présentent des composantes thématiques, rhétoriques et énonciatives particulières[64]. Cet auteur entend les composantes thématiques, à la suite de Cesare Segre, comme des « actions et situations selon des schémas de représentativité historiquement élaborés et liés, antérieurs au texte »[65] ; les composantes rhétoriques, comme des mécanismes de configuration d'un texte ; et il définit l'énonciation comme « l'effet de sens des processus de sémiotisation à partir desquels on construit une situation communicationnelle dans un texte »[66], en se servant des dispositifs linguistiques ou autres. Au contraire des styles d'époque, qui, pour lui, ne sont restreints à aucun langage ni pratique signifiante, les genres ont des composantes thématiques, rhétoriques et énonciatives prévisibles. Ils présentent une structure formelle qui est pourtant flexible. Selon les termes d'Antoine Compagnon, les genres sont « des contraintes et conventions au sens de normes et de règles, moins répressives que productives, qui, comme telles, peuvent être violées et transgressées, et qui évoluent »[67].

Dans cette thèse, nous nous intéressons au genre satirico-humoristique dont les spécificités seront présentées au fur et à mesure que nous avancerons dans notre démarche. Ce genre n'est nullement étanche et clos mais perméable à d'autres formes du risible. Dans les prochaines pages, nous présenterons des traits distinctifs d'une grande variété de formes du risible, à savoir : le comique, l'humour, le mot d'esprit, la parodie et le pastiche, le burlesque et le grotesque, l'ironie, le non sens, et la satire.

1.3.1 La difficile tâche de définir les concepts clés : l'humour, le comique, le mot d'esprit et la satire, dans les dictionnaires

Une enquête terminologique de certains concepts clés dans le champ du risible selon qu'ils apparaissent dans les dictionnaires actuels (voir la section 1.1. des annexes), nous fournira une première approche du sujet. Et nous le ferons dans trois langues : le français, l'espagnol et l'anglais pour analyser si les définitions présentent de grandes variations selon la culture langagière d'appartenance. Cette enquête sera ensuite enrichie avec l'analyse de quelques ouvrages qui se sont attachés à définir et caractériser les formes du risible. Nous avons décidé d'examiner les notions les plus utiles à notre but et qui sont en même temps celles qui présentent les plus grandes divergences dans la communauté de spécialistes, à

[63] O. Steimberg. (1998). *Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares.* Buenos Aires, Atuel.

[64] Dans son ouvrage sur les genres discursifs, Mikhail Bakhtine différenciait des composantes thématiques, compositionnelles et stylistiques. M. Bakhtine. (1984). *Esthétique de la création verbale*. Paris : Gallimard.

[65] C. Segre, cité par O. Steimberg, 1998.

[66] O. Steimberg, 1998: 44. Phrase originale citée : Se define como 'enunciación' al « efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que en un texto se *construye* una situación comunicacional, a través de dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüístico ».

[67] Cours de licence à l'Université de Paris IV Paris-Sorbonne, UFR de Littérature française et comparée, présenté en ligne dans le site Fabula : http://www.fabula.org/compagnon/genre.php.

l'exception de l'ironie, que nous aborderons d'une manière plus approfondie dans le chapitre 4, entendue comme figure de style.

L'étymologie du terme **humour** (originalement du latin *humor*) nous dit qu'il s'agit d'un terme anglais qui lui-même a été emprunté du français *humeur*. Ce terme médical – faisant référence aux liquides corporels- a été élargi pour prendre un sens figuratif en signifiant un trait de caractère, une tendance humaine liée à la gaieté et au comique.

Les définitions françaises qualifient l'humour comme une « forme d'esprit », l'esprit étant à son tour considéré comme une « vivacité, ingéniosité dans la façon de concevoir et d'exposer quelque chose »[68]. L'humour est donc présenté avec un sens positif, lié à l'ingéniosité. Dans l'acception du terme par les dictionnaires espagnols, on trouve aussi une connotation positive à partir du nom *agudeza* (perspicacité, esprit). Cette connotation s'applique également à l'une des définitions anglaises du terme : c'est une habileté liée à l'intelligence. Cette « forme d'esprit » -qui peut être railleuse- met l'accent sur les aspects « plaisants, insolites » de la réalité -coïncident les dictionnaires français- mais aussi « comiques, ridicules ou absurdes ».

Un autre terme clé est celui de « détachement » : le producteur de l'humour prend distance de ce côté plaisant, absurde ou insolite de la réalité. *Le Grand Larousse Universel* attribue à l'humour un caractère d'opposition ou de concession[69] : bien que l'objet de l'humour réside dans un inconvénient, il peut prêter à rire.

La définition du *Dictionary* en ligne fait référence à la fois à la qualité de ce ou celui qui peut être amusant ou comique et à la faculté de le percevoir et l'exprimer. L'humour peut venir d'une situation comique ou absurde –comme nous avions vu dans les définitions françaises- mais aussi incongrue. Il est communément utilisé en anglais pour « illustrer l'absurdité de la nature et du comportement humain ».

La capacité qu'a un individu d'exprimer ce qui est comique, amusant, est une caractéristique présente dans les trois langues considérées, qui a sa locution propre : « avoir le sens de l'humour », « *tener sentido del humor* », « *to have sense of humor* ». Il faut signaler que tantôt en anglais comme en espagnol, *humor* fait également référence au terme médical déjà signalé, ainsi qu'à un état d'âme (tous les deux *humeur* en français).

L'acception la plus développée de la notion d'*humor* en espagnol réside dans le terme *humorismo*, alors que dans les deux autres langues, celui-ci reste davantage lié au champ de la médecine. L'*humorismo* est une « façon de juger, affronter et commenter les situations avec un détachement ingénieux et moqueur »[70], qui peut circuler dans tous les moyens de communication. On voit ainsi une similitude avec ce que nous avons commenté plus haut. Mais il y a une nouvelle caractéristique qui lui est associée : il peut être léger en apparence.

Avec l'information que nous avons recueillie jusqu'à présent, on pourrait dire que l'humour est une forme d'esprit, une habilité ingénieuse à percevoir et à exprimer, avec un certain détachement, les aspects plaisants, comiques, insolites, absurdes ou incongrus de la réalité. D'apparence parfois légère, il peut se référer à des situations non convenables et faire pourtant rire.

---

[68] *Trésor de la Langue Française informatisé ; Le Robert Micro*, 1998 *; Grand Larousse Universel*, 1983.

[69] Les termes « opposition » et « concession » sont pris dans leur sens grammatical.

[70] Phrase originale citée : "Manera de enjuiciar, afrontar y comentar las situaciones con cierto distanciamiento ingenioso, burlón". *Diccionario de la Real Academia Española.* Madrid: 1992, 21° édition.

Le terme **comique** vient du latin *cōmicus* et celui-ci du grec *kōmikós* et avait un rapport au théâtre et à la comédie. A présent, ce sens n'a pas complètement disparu puisque comique peut se référer à l'écrivain de comédies, à celui qui les interprète, à l'œuvre ou au genre de la comédie. Un sens plus large en espagnol est utilisé pour celui qui a pour métier d'amuser les gens. Mais la signification qui nous intéresse particulièrement consiste à affirmer que le comique « provoque le rire ». La cause peut résider dans le comportement ou l'aspect d'une personne, une chose ou une situation (drôle, bouffon, ridicule, burlesque, dérisoire).

Le **mot d'esprit**, le *chiste* et le *wit* sont des concepts difficiles à cerner, non seulement parce que les bornes avec notamment le terme *humour* ne sont pas en général bien définies mais aussi parce que les nominations dans les trois langues ne sont pas équivalentes. On peut tout de même affirmer qu'il y a un point commun dans toutes les définitions : il s'agit d'une pensée, d'un propos intelligent, aigu, ingénieux et drôle. Mais les définitions des dictionnaires français et espagnol restent assez floues, peut-être parce que les sens attribués au mot sont nombreux. Le *chiste*, par exemple, n'est pas forcément verbal, il peut être présenté dans un dessin, ce qui ne serait pas valable pour le mot d'esprit.

Si nous faisons attention à la manière dont les spécialistes ont traduit l'ouvrage de S. Freud *Le mot d'esprit et son rapport à l'inconscient*, le terme allemand *witz* correspond à mot d'esprit en français, *chiste* en espagnol et *joke* en anglais. Or, ce qu'il nous intéresse de développer ici n'est pas la notion si large de *joke* mais celle de *wit*, une technique qui semble s'être développée avec beaucoup de force dans la culture anglophone.

Nous avons décidé de garder les termes « mot d'esprit » et *chiste* car nous considérons qu'il n'y a pas un terme plus adéquat dans ces langues pour faire référence au *wit* anglais. Le *wit* entretient un rapport très proche avec l'humour, au point d'être considéré comme une technique de l'humour par le *Compact Oxford English Dictionnary*. Comme ce dernier, le *wit* est une « manifestation purement intellectuelle », intelligente et rapide. Il consiste à « découvrir des analogies entre des choses très différentes et les exprimer d'une façon brève, amusante et souvent aigue »[71]. La technique du *wit* est ainsi présentée de manière concrète et bien définie.

Le terme **satire** vient du latin populaire *satura* et on l'utilisait pour faire référence à toutes sortes de mélanges, tels qu'un plat garni de fruits et légumes ou une « réunion de pièces didactiques variées de sujets et de mètres ». On retrouve cette idée de mélange dans les supports par lesquels la satire circule : au début, on l'appliquait à un écrit en vers ou en prose, plus tard il a été élargi pour comprendre aussi un discours et une œuvre chantée ou peinte.

D'après les dictionnaires, dans la satire on critique, on dénonce, on se moque, on ridiculise les défauts et les vices d'une époque, d'une politique, d'une morale, d'une personne, d'une institution, d'une société. Les acceptions en français utilisent davantage le verbe « attaquer » et le terme apparaît liée à celui de « pamphlet » : « texte court et violent contre les institutions, un personnage connu »[72]. Il y a donc une connotation d'agression, de violence associée. En espagnol c'est le verbe « censurer » celui qui prédomine : on censure ou ridiculise quelqu'un ou quelque chose. Les définitions anglaises mentionnent les

[71] *Dictionary.com Unabridged (v 1.1).*
[72] *Le Micro Robert.* (1998). 2ème éd.

éléments/techniques dont la satire se sert : l'ironie, le sarcasme, l'humour, l'exagération, le ridicule. L'œuvre satirique est « aigue, piquante, mordante ».

A partir de ce parcours de définitions retrouvées dans les trois langues, nous constatons une complémentarité entre elles, ajoutant des caractéristiques non considérées par certaines mais qui vont, dans l'ensemble, dans le même sens. C'est dans les acceptions d'humour et de *wit* où l'on trouve des éléments plus divers. Dans le premier cas, nous avons signalé que le français a deux termes pour différencier l'humour de l'humeur tandis que les autres langues n'en ont qu'un (*humor*). Ceci produit évidemment un éventail de significations diverses qui coexistent dans un même mot. D'autre part, il faut signaler que le terme en espagnol qui correspond le mieux aux définitions françaises d'humour est celui de *humorismo*. En ce qui concerne le terme anglais *wit*, nous avons proposé le mot d'esprit français et le *chiste* espagnol comme les plus proches, quoique nous estimions que ce ne sont pas des mots équivalents. On pourrait affirmer qu'il s'agit d'une technique tellement utilisée dans la culture anglaise qu'elle est devenue très caractéristique des productions humoristiques anglophones.

1.3.2 L'humour et le comique : différencier deux notions vaguement définies et souvent confondues

Plusieurs auteurs ont fait référence à la confusion terminologique existant entre *humour* et *comique*. De deux notions, il nous semble que c'est celle d'humour qui pose davantage des problèmes. En effet, s'il y a une question sur laquelle les auteurs qui s'y sont intéressés sont d'accord, c'est sur la difficulté de définir et uniformiser le concept. Abordé depuis de nombreuses approches -philosophiques, ethnologiques, anthropologiques, sociologiques, psychologiques, historiques, linguistiques, sémiotiques, rhétoriques...-, la notion d'*humour* est instable, subtile et ambiguë[73] et l'utilisation générale et confuse dont on a toujours fait dans la langue courante n'a fait qu'augmenter la difficulté de lui attribuer une définition.

En France, l'ouvrage de référence sur ce terme reste celui de Robert Escarpit, publié en 1960 sous le titre *L'humour*. L'auteur situe l'origine du mot en Angleterre, au XVI^{ème} siècle. Jusqu'à cette époque-là, le terme anglais *humour* appartenait au lexique médical. Il avait son équivalent dans une bonne partie des langues civilisées. Mais dans le pays anglo-saxon, il était tellement répandu qu'il faisait partie de la langue courante. C'est le dramaturge Ben Jonson qui décida de l'emprunter pour le positionner au centre de ses idées sur la comédie. En effet, dans sa pièce *Every Man out of His Humour*, le terme acquiert un double signifié pour ne plus seulement faire allusion à l'humeur médicale (ou même le tempérament que celle-ci provoque) mais (par métaphorisation) à tout caractère excessif[74]. Que la notion d'humour soit née en Angleterre ne doit rien au hasard, signale R. Escarpit:

> « Quand Ben Jonson l'avait emprunté au vocabulaire médical pour lui donner un emploi délibérément littéraire, il avait déjà dans le langage quotidien un usage idiomatique qui faisait

[73] J. C. Seguin (dir.). (2004). *L'humour hispanique au XXe siècle. Supports iconiques et scripturaux*. Lyon : *Grimh-Grimia*.

[74] B. Grendel et P. Moral. Atélier de théorie littéraire. L'humour: tentative de définition. Ecole Normale Supérieure, 2005-2006. *Fabula*, théorie de la littérature, actualité des études littéraires. URL : http://www.fabula.org (page consultée le 23/09/2010).

> de lui un mot proprement anglais exprimant, si vaguement, si confusément que ce fût, l'intuition d'une réalité anglaise. Or, sans que soit abandonné le schéma sémantique jonsonien, c'est cet aspect 'ethnique' du mot qui prend le dessus. Le fait de civilisation chasse le fait littéraire sans l'exclure complètement, mais l'humour, au bout de cette évolution (c'est-à-dire dans le premier quart du XVIII[ème] siècle) en arrive à être ressenti comme une sorte de trait national, comme une tradition venue des profondeurs de l'âme anglaise »[75].

Vers la fin du XVII[ème] siècle, le mot humour sera définitivement associé au comique. C'est l'idée d'un « rire masqué par un air triste » qui va prévaloir. Un rire intelligent et supérieur en qualité (Escarpit, 1972 : 33).

En France, l'existence du mot *humeur* a épargné les difficultés de différenciation ressenties dans son pays voisin. Mais en dépit d'un usage manifeste parmi des représentants du monde littéraire dès la moitié du XVIII[ème] siècle, le mot *humour* ne sera officiellement reconnu que très tardivement. En effet, il a fallu attendre jusqu'à l'an 1932 pour qu'il soit enfin accepté par l'Académie Française.

En 1762, Voltaire conteste la paternité du mot aux Anglais:

> « Ils ont un terme pour signifier cette plaisanterie, ce vrai comique, cette gaîté, cette urbanité, ces saillies qui échappent à un homme sans qu'il s'en doute; et ils rendent cette idée par le mot humeur, humour, qu'ils prononcent yumor, et ils croient qu'ils ont seuls cette humeur, que les autres nations n'ont point de terme pour exprimer ce caractère d'esprit; cependant, c'est un ancien mot de notre langue employé en ce sens dans plusieurs comédies de Corneille »[76].

Et après lui nombreux sont les spécialistes qui adopteront la posture selon laquelle le mot *humour* a été emprunté par les Anglais à la langue française, tel que nous l'avons vu dans les définitions des dictionnaires.

L'histoire de ce terme sert peut-être à expliquer l'étendue du sens dans les cultures anglo-saxonnes, où il est souvent utilisé dans une acception large par les experts contemporains, pour faire référence à l'ensemble de formes du risible. Ainsi, l'*International Society for Humor Studies* semble avoir simplifié le débat autour de la différenciation entre le comique et l'humour en répandant le terme *humor*, quoiqu'on admette qu'il peut ou non être *funny*, déplaçant d'une certaine façon le débat vers ce que l'on peut considérer ou non comme comique. L'institution française CORHUM (Association des Recherches pour le comique, le rire et l'humour) laisse entrevoir d'une manière assez claire à travers ses sigles, sa posture de ne pas généraliser les travaux réalisés dans le domaine sous le concept d'humour, mais d'incorporer également le comique et le rire dans le cadre de réflexion.

Dans la littérature française et hispanique, on constate un usage ambigu de ces deux notions –le comique et l'humour-, ce qui met en lumière le manque de consensus. Plusieurs auteurs, tels que Françoise Graby[77], Monique Mousset-Chalanset[78], Jean Fourastié, Robert Escarpit et Dominique Noguez, considèrent l'humour comme une forme plus intellectuelle et intelligente du comique. F. Graby affirme que l'humour « est plus subtil que le comique, souvent sous-entendu, il relève du second degré. Il fait plus appel à l'intelligence et demande

[75] R. Escarpit. (1972). *L'humour*. Paris : PUF, p. 20.
[76] Voltaire, *Mélanges littéraires*, Lettre à l'abbé d'Olivet, cité par Escarpit, 1972, pp. 64-65.
[77] F. Graby. (2001). *Humour et comique en publicité. Parlez-moi d'humour.* Paris : Management et société.
[78] M. Mousset-Chalanset. (1999). Thèse en SIC : *Humour et publicité télévisée. Fonctions du message humoristique dans l'argumentation publicitaire télévisuelle*. Paris : CELSA.

un effort de compréhension, créant ainsi un climat de complicité et de connivence » (2001 : 30).

L'une des variétés du risible à laquelle S. Freud consacre les réflexions les plus approfondies est l'humour, sur lequel il reviendra, après son ouvrage sur les mots d'esprit, dans un article publié en 1927. Pour lui aussi, l'humour est l'une « des réalisations psychiques les plus hautes » (1988 : 399). Il se produit quand la personne affectée par une situation pénible, malheureuse, effrayante ou irritante, au lieu de manifester de la souffrance, de la peur ou de l'irritation, réprime ce sentiment et reste indifférent. Le plaisir de l'humour naît alors de l'économie d'une dépense d'affect. Si l'humour est communiqué à autrui –ce qui n'est pas indispensable-, celui-ci réussit à obtenir un gain de plaisir par empathie. La dépense qu'il était disposé à investir pour l'autre personne reste inutilisable, étant en conséquence, déchargée par le rire. S. Freud cite, à titre d'exemple, le mot d'esprit du condamné à mort, qui, dans le chemin vers l'échafaud un lundi, exclame : « Eh bien, la semaine commence bien ! » (1988 : 400). Celui-ci serait l'exemple d'un mot d'esprit enrobé d'humour. Quand la suppression du développement d'affect est partielle et non pas totale –le cas le plus fréquent-, la manifestation caractéristique est décrite par S. Freud comme « l'humour qui sourit au milieu des larmes ». Cette expression reprend l'idée de celle exprimée par William Shakespeare dans *Henry IV*: « *A jest with a sad brow* »[79] (une plaisanterie dite d'un air triste). A cet égard, il faut signaler que nombreux sont les auteurs qui ont fait référence à l'association entre l'humour et la mélancolie[80].

D'après S. Freud, l'humour, en plus d'être libérateur comme le mot d'esprit et le comique, est à la fois grandiose et pathétique. C'est le « triomphe du narcissisme », estime l'auteur. La personne qui fait de l'humour se refuse à souffrir par les adversités du monde extérieur, les traitant comme une inquiétude d'enfant. Cette action est possible grâce à l'intervention du *surmoi*, qui essaie de consoler le *moi* et de lui procurer de la sécurité, loin de toute peine.

Inspirés du psychanalyste allemand, de nombreux spécialistes voient le comique comme étant dirigé vers un objet extérieur. Dans l'humour, au contraire, il y a une capacité de se détacher des situations tragiques ou inquiétantes que nous ressentons pour en rire. « Parce que nous sommes sujets à des humeurs, nous pouvons être à nous-même objet d'humour », opine Claude Roy[81].

Soucieux de différencier l'humour du comique, Luigi Pirandello introduit la notion de « sentiment du contraire » qu'il place du côté de l'humour : cette contradiction se produit par le désaccord entre la vie réelle et l'idéal humain, entre nos aspirations et nos faiblesses, entraînant « une certaine perplexité entre les larmes et le rire »[82]. Le comique est plus superficiel et se réduit à une « constatation du contraire ». Si l'humour dépasse les réflexes et

[79] II Henry IV, acte V, sc. 1, cité par R. Escarpit, 1972 : 29.
[80] Voir à ce sujet: R. Klibansky, E. Panofsky et F. Saxo. *Saturno y la melancolía*. Madrid: Alianza Forma, 1991; L. Pirandello. *Humorismo*. Buenos Aires: Leviatán, 1994 ; O. Steimberg. "Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico" in *Signo y seña*, Universidad de Buenos Aires, 2001; E. Aubouin, 1946 ; J. Pollock. *Qu'est-ce que l'humour?*. Paris: Klincksieck, 2001.
[81] C. Roy. (1974). « Esprit de la caricature » in *La caricature. Art et manifeste. Du XVIe siècle à nos jours*. B. Bornemann, C. Roy et R. Searle. Lausanne : Skira, p. 11.
[82] L. Pirandello. (1994). *Humorismo*. Buenos Aires: Leviatán, p. 157.

réussit à réfléchir sur la contradiction et la ressentir en toute intensité, le comique n'aperçoit que l'extérieur d'une situation.

Une autre caractéristique sur l'humour mentionnée par L. Pirandello est cette « disposition mordante à découvrir et à exprimer le côté ridicule du sérieux, et le côté sérieux du ridicule humain »[83]. Cette pensée rejoint celle d'Emil Draitser[84], qui identifie dans l'humoriste, une intention de révéler des contradictions, des excentricités, ou des faiblesses dans la nature humaine. L'humoriste nous invite à rire tous ensemble des absurdités de la vie.

A partir de ce que nous avons vu sur l'humour, nous constatons des point communs avec les définitions de dictionnaires présentées dans la section précédente : l'humour lié à l'intelligence, l'humour comme un mécanisme de détachement. Nous adopterons ces sens plus restreints pour faire référence à l'humour, une forme du risible dont l'objet est orienté vers la première personne, alors que l'objet du comique sera considéré comme étant orienté vers un tiers. La composante autoréflexive et d'autodérision de l'humour devient caractéristique du comique contemporain, comme nous verrons plus loin. Dans un sens plus particulier, nous utiliserons le comique pour saisir ces formes du risible moins intellectuelles telles que le comique de situation, dont les films de Charles Chaplin en sont un bon exemple. De ce point de vue, nous sommes d'accord avec F. Graby, qui affirme : « Le comique recouvre tout ce qui peut distraire et faire rire le récepteur sans que cela nécessite un effort de participation de sa part, se rattachant en cela aux théories affectives ou ludiques. Le comique, utilisé au premier degré, serait donc plus direct » (2001 : 30).

1.3.3 Le wit anglais, le mot d'esprit français, le witz allemand

Difficilement différenciable de l'humour et du comique, ce jeu de l'esprit peut résider dans une phrase brève et brillante, un jeu de mots ou une histoire drôle. Le *wit* anglais se définit, pour F. Evrard, « par son aptitude à assembler promptement des pensées et à découvrir des ressemblances éloignées (…) S'opposant à la raison analytique, le *wit* revendique l'incongruité » (Evrard, 1996 : pp. 39-40).

On reconnaît dans le mot d'esprit, le trait d'esprit ou la pointe –toutes des dénominations différentes pour désigner le même phénomène-, une composante de spontanéité que l'on trouve plus facilement à l'oral. E. Auboin parle des « échanges d'idées imprévisibles », des « remarques inattendues » (1948 : 52). Un autre attribut qui lui est associé est l'ingéniosité, la perspicacité, tel que nous l'avons vu dans les définitions de dictionnaires, une « manifestation purement intellectuelle », intelligente et rapide.

Le mot d'esprit est inéluctablement verbal, parlé mais aussi écrit. A cet égard, E. Auboin exprime : « Les meilleurs traits d'esprit qui mettent en relief des rapports ou des oppositions insoupçonnés entre des idées que nous associons habituellement sans y prendre garde, même s'ils sont le fruit de réflexions antérieures, révèlent des qualités auxquelles on ne peut pas refuser le mérite de l'esprit » (1948 : 52-53).

Le *witz* auquel S. Freud consacre un ouvrage entier désigne à la fois un trait de l'esprit et une histoire courte (1988 : 41). Soucieux de le différencier de deux autres formes du risible

[83] L. Pirandello, 1994: 157. Phrase originale citée : « acre disposición a descubrir y expresar el lado ridículo de lo serio, y el lado serio de lo ridículo humano ».
[84] E. Draitser. (1994). *Techniques of satire. The case of Saltykov-Ščedrin*. Berlin: Mouton de Gruyter.

–l'humour et le comique-, il caractérise le mot d'esprit comme « la plus sociale de toutes les activités psychiques ayant pour but un gain de plaisir » (1988 : 321) : non seulement on ne peut rire tout seul mais on a aussi besoin de le communiquer à un tiers. Dans le comique, au contraire, deux personnes entrent en jeu : moi et celle en qui je trouve du comique (personne-objet) alors que dans l'humour on n'a pas besoin d'autres personnes.

S. Freud considère la plaisanterie comme le stade préliminaire du mot d'esprit. Le plaisir naît d'un agencement absurde de mots ou d'idées, acte jugé superflu et inutile par la rationalité critique. C'est justement en faisant ce que la raison critique nous interdit que nous éprouvons du plaisir. La plaisanterie devient un mot d'esprit quand elle est plus riche en contenu. Tous les deux partagent la finalité de lever des inhibitions intérieures, mais se différencient par le fait que la plaisanterie est dépourvue de tendances, alors que ce n'est pas le cas du mot d'esprit, comme nous l'avons vu dans la section 1.2.2.

Du trio formé par le comique, l'humour et le mot d'esprit, le psychanalyste considère que ce dernier est celui qui se différencie le plus car il se place entre le préconscient et l'inconscient alors que les deux premiers se trouvent dans le préconscient. Il maintient comme hypothèse le fait que dans le mot d'esprit, il existe une aptitude personnelle particulière qui s'exprime dans la facilité avec laquelle l'investissement préconscient est abandonné et échangé pour un instant contre l'investissement inconscient. Cette aptitude –nous avertit-il- n'est pas présente chez tout le monde : « Lorsqu'ils sont d'humeur enjouée, la plupart des gens sont certainement capables de produire des plaisanteries ; quant à l'aptitude à l'esprit, elle n'existe, indépendamment de l'humeur, que chez peu de personnes » (1986 : 320).

On voit ainsi que Freud identifie dans le mot d'esprit, des rapports à l'inconscient, comme il le suggère dans le titre de son ouvrage. Pour lui, il y a, dans cette forme du risible, le même processus psychique que dans le rêve. Il élabore une classification des techniques qui y opèrent, en deux groupes. Un premier groupe est composé des mots d'esprit fondés sur des mots. Ceux-ci s'appuient sur la condensation, accompagnée de la formation d'un substitut, parmi lesquels il mentionne le double sens. Dans le deuxième groupe il situe les mots d'esprit fondés sur des pensées, dont les techniques sont le déplacement, la figuration par le non-sens, la faute de raisonnement, l'unification, et la figuration indirecte. L'auteur reconnaît, dans les mots d'esprit, des jeux de mots (de sens et de sonorité), des allusions, des comparaisons non attendues, parmi d'autres.

Dans son ouvrage sur l'humour, Jonathan Pollock s'attache à distinguer l'humour de l'esprit en signalant que le premier « est souvent plus opaque, moins incisif ». Il cite Coleridge, pour qui « l'humour n'exclut pas le pathos, comme cela est le cas pour l'esprit (*wit*) »[85]. Cette idée nous semble intéressante, puisque l'humour garde un lien nécessaire avec l'émotionnel, duquel il doit se détacher afin de le dédramatiser et pouvoir en rire. En échange, ceci semble effectivement moins caractéristique du mot d'esprit.

[85] J. Pollock. (2001). *Qu'est-ce que l'humour ?* Paris: Klincksieck, p. 112.

1.3.4 La parodie et le pastiche

En dépit d'une origine étymologique bien distante[86], les définitions que l'on trouve de la parodie et du pastiche dans les dictionnaires et chez des auteurs divers font preuve d'une grande confusion et entremêlement. En prenant comme point de départ les définitions du *Nouveau Petit Robert*, par exemple, la parodie est caractérisée comme une « imitation burlesque (d'une œuvre sérieuse) », alors que le pastiche est défini comme une « œuvre littéraire ou artistique dans laquelle l'auteur a imité la manière, le style d'un maître, par exercice de style ou dans une intention parodique »[87]. D'une façon générale, on pourrait dire que la différence entre l'une et l'autre formes du risible résiderait donc dans le fait que si l'objet de la transformation opérée par la parodie est une œuvre, celui opéré par le pastiche est le style d'un auteur ou d'un genre.

Dans *Palimpsestes. La littérature au second degré*, Gérard Genette considère la parodie et le pastiche comme des pratiques hypertextuelles, auxquelles il ajoute le travestissement, la charge, la transposition et la forgerie. L'auteur présente des exemples tirés de la littérature pour illustrer chaque pratique hypertextuelle mais avertit le lecteur du fait que les limites entre ces pratiques ne sont pas étanches.

L'hypertextualité est pour lui la relation qui unit un texte B (hypertexte) à un texte A (hypotexte) et qui ne correspond pas à celle d'un commentaire. Il propose de différencier ces pratiques hypertextuelles à partir de la prise en considération du régime (ludique, satirique et sérieux) et du type de transformation qui unit l'hypertexte à l'hypotexte : transformation simple ou transformation indirecte (dans ce dernier cas il parle d'imitation)[88].

Le régime ludique a pour but l'amusement et le divertissement, sans intention agressive ou moqueuse, comme c'est le cas du régime satirique, dans lequel on « fait rire aux dépens de son modèle ». Nous laisserons de côté le régime sérieux et les pratiques qui correspondent à ceci, c'est-à-dire la transposition et la forgerie, pour des raisons évidentes.

La parodie, pour Genette, est au croisement du régime ludique et d'une transformation simple entre deux textes alors que dans le pastiche, la transformation est faite par imitation de style. On retrouve donc certaines caractéristiques définies par le dictionnaire, mais Genette va plus loin en différenciant le type de transformation réalisée. L'imitation implique l'identification de traits stylistiques et thématiques caractéristiques d'un texte afin de les généraliser, et constituer ainsi une « matrice d'imitation », utile pour s'en servir à de multiples reprises. L'imitation n'est pas « une simple reproduction, mais bien une production nouvelle : celle d'un autre texte dans le même style, d'un autre message dans le même code » (Genette, 1982 : 110).

L'auteur trouve dans les énoncés brefs et célèbres, tels que les proverbes, une source de grande richesse pour la déformation parodique. Le journalisme, et notamment la satire médiatique, ont très souvent recours à celle-ci à des fins ludiques et critiques. Nous verrons cela un peu plus en détail dans le chapitre consacré aux procédés satirico-humoristiques.

---

[86] Parodie vient du grec *ôdè* (chant) et *para* (à côté) et pourrait faire référence au fait de chanter à côté, c'est-à-dire, de chanter dans une autre voix ou dans un autre ton ; alors que pastiche a été emprunté à l'italien *pasticcio*, (*imbroglio*) et dériverait de *pasta*, (pâte)

[87] *Le Nouveau Petit Robert de la langue française*, 2009.

[88] G. Genette. (1982). *Palimpsestes. La littérature au second degré* Paris : Seuil, pp. 13-47.

Si le souci majeur du parodiste est un texte -le style ne l'intéressant que de façon secondaire- le pasticheur s'attaque d'abord au style et c'est ce dernier qui lui « dicte son texte ». G. Genette entend par style aussi bien la production d'une époque, d'une école ou l'œuvre complète d'un auteur.

Dans les deux pratiques hypertextuelles qui nous restent, le travestissement et la charge, le régime prédominant est le satirique, le premier opérant par transformation, le deuxième par imitation.

Avec une finalité simplificatrice et pragmatique, et puisque notre souci n'est pas celui d'étudier des genres littéraires, nous utiliserons le terme *parodie* dans un sens large, pour saisir les transformations des textes autant à des fins ludiques que satiriques (les notions de parodie et travestissement pour G. Genette).

Linda Hutcheon s'est beaucoup attachée à étudier la parodie et l'ironie, deux phénomènes qui présentent plusieurs points en commun, telle qu'elle l'a mis en évidence dans sa *Theory of Parody* et son article sur l'ironie, la satire et la parodie. Pour elle, la parodie se définit « en tant que modalité du canon de l'intertextualité », dans le sens où l'entend Julia Kristeva (voir la section 4.5)[89]. « *Although my theory of parody is intertextual in its inclusion of both the decoder and the text, its enunciative context is even broader: both the encoding and the sharing of codes between producer and receiver are central* »[90]. Ainsi, elle se positionne depuis une perspective énonciative selon laquelle le producteur et le récepteur d'un texte ne sont pas extratextuels mais constituent, au contraire, des éléments essentiels du texte, à partir de leurs formes énonciatives, dotées d'un positionnement par rapport au texte et à ce qui est dit dans le texte. Ceci est d'autant plus vrai dans les textes parodiques, où il y a une intention derrière chaque référence intertextuelle. L. Hutcheon confère ainsi au lecteur un rôle essentiel : "*It is the supreme value of the work of Michael Riffaterre that it acknowledges the fact that only the reader (or, more generally, a decoder) can activate the intertext*" (1985: 37).

L'auteur considère la parodie comme une imitation qui présente une distanciation différentielle. C'est cet aspect qui, d'après elle, distingue le pastiche de la parodie. Si dans la parodie, c'est la distance critique qui s'impose, dans le pastiche ce qui est davantage mis en lumière est la similitude. Autrement dit, la parodie cherche à se différencier de son modèle tandis que le pastiche opère plutôt par similarité et correspondance. Toutes les deux partagent, en échange, le fait d'être des imitations formelles de textes avec une intention manifeste d'emprunt. Dans cette idée réside la différence la plus évidente avec le plagiat.

L. Hutcheon[91] soutient que la parodie a été souvent confondue avec la satire dans la littérature. Pour elle, ceci est dû au fait que toutes les deux se servent de l'ironie comme stratégie rhétorique. Nous présenterons ses réflexions par rapport à la satire dans la section qui est consacrée à cette forme particulière. Considérons maintenant quelques idées qui relient ou distinguent la parodie de l'ironie. Contrairement à l'imitation, la citation ou l'allusion, la parodie a besoin d'une distance critique ironique. Cette idée déjà mentionnée est centrale dans

[89] Genette, comme on l'a vu, parle de 'hypertextualité' et donne à 'intertextualité' un sens plus étroit (voir la section 4.5.).
[90] L. Hutcheon. (1985). *A Theory of Parody. The teachings of Twentieth-century art forms.* New York : Methuen, p. 37. Sur cette question, voir la section 4.5.
[91] L. Hutcheon. (1981). Ironie, satire parodie. Une approche pragmatique de l'ironie, *Poétique, 46*, pp. 140-155.

la pensée de l'auteur et revient à plusieurs reprises dans ses ouvrages. L. Hutcheon identifie dans la parodie et l'ironie le partage d'un même mode de fonctionnement car elles opèrent à deux niveaux : un premier niveau superficiel, et un deuxième, sous-jacent, implicite.

Bien que centrés sur les mêmes pratiques –hypertextuelles dans le vocabulaire de G. Genette et intertextuelles chez L. Hutcheon-, les regards de deux chercheurs répondent à des approches différentes : plus littéraires pour le premier, plus pragmatiques pour le deuxième. L'auteur français fait une classification minutieuse de ces pratiques, distinguant des régimes et des transformations différentes et limitant la parodie à une transformation à intention ludique. L. Hutcheon, au contraire, fait référence à la parodie dans un sens plus large, comme une imitation où elle distingue des finalités ludiques et critiques. Cette conception nous semble correspondre plus à notre but. Une différence considérable entre les approches de deux auteurs est le fait que L. Hutcheon ne peut pas concevoir la parodie sans prendre en considération l'ironie, un phénomène qu'elle a beaucoup travaillé et au contraire, qui reste bien moins présent dans le texte que nous avons cité de G. Genette.

Dans sa théorie sur les modes dévalués, Lionel Duisit considère le pastiche comme une imitation entièrement ludique qui se présente en tant que telle. Pourtant, il lui attribue un esprit ambivalent car d'après cet auteur, le pastiche « cherche en même temps à abolir l'écart stylistique ou gestuel qui le sépare de l'original »[92]. Nous retrouvons, à travers cette phrase, quelques idées présentes chez G. Genette et L. Hutcheon : le pastiche comme imitation ludique qui cherche à signaler la similitude par rapport à son modèle.

D'autres idées sont encore en syntonie entre les auteurs : la création d'un « sous-code » permettant de reconnaître le style d'un auteur (L. Duisit), rejoint la « matrice d'imitation » dont parle G. Genette. Voici la citation extraite de l'ouvrage de L. Duisit :

> « le pastiche, comme le mime, est une imitation 'qui se regarde', dont la motivation est toujours ludique, et la lecture toujours dédoublée (…) la déformation qu'il met en œuvre est moins sensible et moins systématique que dans les autres modes mimétiques de la série dévaluée (parodie, travesti, burlesque). Considéré comme un cas très spécial de représentation, le pastiche tend à la découverte, ou à l'élaboration empirique, d'un 'sous-code' dont les signaux répétés permettent la reconnaissance d'un 'style d'auteur' » (1978 : 49).

Il faut aussi dire que quand L. Duisit parle de lecture dédoublée, il fait référence à la coexistence de deux niveaux, littéral et virtuel (sous-jacent), au sein d'une même pratique. A ce sujet, il considère l'ironie comme la forme la plus caractéristique de l'ensemble de modes dévalués. Nous reviendrons sur cette idée un peu plus bas.

1.3.5 Le burlesque et le grotesque

Emprunté à l'italien *burlesco*, lui-même dérivé de *burla* (farce), le mot burlesque apparaît pour la première fois dans un ouvrage français en 1594, dans *La Satyre Ménippée*. « Il est donc question de ruse et d'extravagance, de discordance stylistique, d'excès », nous dit Guillaume Peureux dans son livre consacré à cette forme du risible[93].

[92] L. Duisit. (1978). *Satire, parodie, calembour. Esquisse d'une théorie des modes dévalués.* Saratoga : Anma Libri, p. 45.
[93] G. Peureux. (2007). *Le Burlesque*. Paris : Gallimard.

L'auteur considère que dans le burlesque, on trouve des traits d'impertinence et de subversion car cette forme du risible consiste à rabaisser des œuvres nobles à un univers culturel plus banal. G. Genette décrit le « travestissement burlesque » comme l'une des pratiques hypertextuelles qui opère par transformation. Cette pratique « récrit (…) un texte noble, en conservant son 'action', c'est-à-dire à la fois son contenu fondamental et son mouvement (en termes rhétoriques, son *invention* et sa *disposition*), mais en lui imposant une toute autre *élocution*, c'est-à-dire un autre 'style', au sens classique du terme, plus proche de ce que nous appelons depuis le *Degré zéro* une 'écriture', puisqu'il s'agit là d'un style de genre » (1982 : 81). Parmi les techniques utilisées dans ce travestissement burlesque, qu'il décrit par rapport à *Virgile travesti* de Scarron, Genette cite, entre autres, la transcription des hexamètres latins en vers burlesques (octosyllabes), le passage d'un style noble à un style familier ou vulgaire, et l'émergence, dans l'œuvre, des commentaires du parodiste à caractère ludique. Ces techniques visent à produire un « effet de familiarisation », c'est-à-dire, à actualiser le texte parodié, datant souvent d'une époque lointaine.

On pourrait dire que le travestissement d'un texte noble en un texte plus familier et comique est la procédure la plus habituelle du burlesque. Mais elle n'est pas la seule. Il se peut aussi que des propos plus banals soient élevés ou que des formes mixtes cohabitent dans un même texte. G. Pereux conclut ainsi qu'une « œuvre qualifiée de burlesque repose donc, dans son intégralité ou bien par extraits seulement, sur un comique né de décalages puissants (non seulement du haut vers le bas, mais aussi du bas vers le haut) » (2007 : 20). Un cas particulier de ce dernier est le « héroï-comique », qui consiste à présenter un sujet bas sous le ton d'une épopée.

Après avoir donné une rapide définition du burlesque, nous nous occuperons par la suite du grotesque, en nous basant sur l'ouvrage de Mikhaïl Bakhtine à propos du rire et du comique au Moyen Âge et sous la Renaissance. L'origine du terme grotesque se situe à la fin du XV^{ème} s., de l'italien *grotesca*, dérivé de *grotta* (grotte). Il fut utilisé pour faire référence à un type de peinture ornementale retrouvé dans les grottes en Italie. Ces images surprenaient par le fait que les motifs représentés de plantes, animaux et humains n'étaient pas nets mais se transformaient de l'un en l'autre. « On ne voit pas les frontières nettes et inertes qui partagent ces 'royaumes de la nature' dans le tableau habituel du monde : dans le grotesque, ces frontières sont 'audacieusement violées' », nous dit l'auteur. Et il poursuit : « On sent dans ce jeu ornemental, une liberté et une légèreté exceptionnelles dans la fantaisie artistique ; cette liberté de plus, est sentie comme une hardiesse joyeuse, presque riante » (Bakhtine, 1990 : 41-42). On reconnaît dans ces phrases de M. Bakhtine des caractéristiques propres du grotesque, tel qu'il est devenu plus tard.

Même si le terme est né au Moyen Âge, l'auteur identifie des formes grotesques depuis l'art préclassique des Grecs et Romains. Peu à peu, cette notion s'est étendue pour saisir l'univers de l'imagerie grotesque. Bakhtine nomme *réalisme grotesque* l'esprit et les formes qui primaient dans la culture populaire au Moyen Âge et sous la Renaissance. Celui-ci opère à partir du rabaissement de tout ce qui est noble, élevé, spirituel et sacré, pour le resituer au plan matériel et corporel : des images scatologiques et sexuelles deviennent alors omniprésentes et le langage de jurons, insultes et grossièretés inonde les espaces publics.

Le comique de cette époque est marqué par les célébrations de type carnavalesque dans lesquelles la vision du monde qui prédomine est celle d'un monde à l'envers. La parodie

des rites religieux et féodaux tourne en dérision les hiérarchies. Ainsi, le bouffon devient roi, des paroles obscènes remplacent les chants liturgiques, l'excrément, l'encens. Ce renversement des hiérarchies, cette contestation des règles officielles libère le peuple, si ce n'est que pendant quelques mois dans l'année, de l'ordre établi. Les fêtes carnavalesques lui apportent un esprit de renaissance et de rénovation, exprimé par un rire joyeux et gai.

A l'Âge Classique, le grotesque est tenu à l'écart, et il est considéré comme un « comique de bas étage ». Dès la seconde moitié du XVII^{ème} siècle, les spectacles carnavalesques perdent progressivement leur importance. Le grotesque entrera dans une nouvelle étape avec le romantisme, en réaction contre l'esprit classique et l'esprit du XVIII^{ème} siècle. M. Bakhtine le décrit comme un « grotesque de *chambre*, une manière de carnaval que l'individu vit dans la solitude, avec la conscience aiguë de son isolement » (1990 : 47). Le rire du grotesque romantique perd sa force régénératrice, il est diminué et devient plus ironique et sarcastique. Après une période sombre vers la seconde moitié du XIX^{ème} siècle, dans laquelle le grotesque est jugé négatif et vulgaire, il éprouve un renouveau au XX^{ème} siècle. L'auteur russe distingue le grotesque moderniste, qui reprend les traditions du grotesque romantique, et le grotesque réaliste qui récupère l'esprit du réalisme grotesque du Moyen Age et de la Renaissance.

Le grotesque et le burlesque sont parfois présentés comme des concepts à peu près équivalents à cause de leur rapport entre le bas et le noble. Néanmoins, l'une des différences capitales entre ces deux formes du risible est, comme le signale G. Pereux, le fait que « le burlesque maintient un rapport parodique à un objet dont la présence est clairement suggérée dans l'œuvre tandis que le grotesque semble donner de la valeur à ce qui est bas, comme Quasimodo par exemple, sans considération pour un modèle plus ou moins explicite » (2007 : 88).

1.3.6 L'ironie

L'ironie a été abordée d'un point de vue restreint ou global, selon les auteurs qui s'y sont intéressés. Dans le premier cas, elle est considérée comme une figure rhétorique qui consiste à dire le contraire de ce que l'on veut faire comprendre ; et nous la traiterons comme telle dans le quatrième chapitre. D'un point de vue plus large, philosophique, elle fait référence à un phénomène bien plus global, une vision du monde.

L'origine du terme est attribuée à l'usage qu'en faisait Socrate, en tant que méthode interrogative : « Ignorance simulée, s'exprimant en des interrogations naïves, que Socrate employait pour faire découvrir à ses interlocuteurs leur propre ignorance » (*TLFi*).

Dans sa *Poétique de l'ironie,* Pierre Schoentjes[94] distingue, à la suite d'une enquête dans des dictionnaires français, anglais et allemand, trois types d'ironies en plus de l'ironie socratique: l'ironie dans les mots (comme figure rhétorique), l'ironie dans les choses (ironie du sort) et l'ironie romantique. Dans la première, l'ironiste fait un usage conscient de ce procédé et du double sens activé dans ses propos. La deuxième est au contraire, une ironie de situation, et dépend du hasard ou de l'enchaînements des faits, et implique un dénouement qui contredit l'attente. On situe l'utilisation de ce nouveau sens attribué à l'ironie vers 1750 en

[94] P. Schoentjes. (2001). *Poétique de l'ironie*. Paris : Seuil.

Angleterre, et au début de 1800 en France, de la main de Madame de Staël, qui, dans un passage de *Corinne* (1807) fait référence à une situation particulièrement dramatique en se servant de l'expression « l'ironie du malheur ».

D'après P. Schoentjes, « les renversements caractéristiques de l'ironie du sort jouent un rôle central dans la littérature de fiction. Confronté à un agencement particulier des faits dans lesquels ce qui se produit est en contradiction flagrante avec ce qu'il avait prévu ou avec ce qu'il considère comme l'ordre du monde, l'homme éprouve toujours une surprise » (2001 : 50). Cette conception particulière de l'ironie rejoigne l'un des procédés du comique signalé par H. Bergson, qu'il nomme « inversion », et sur lequel nous reviendrons dans la section 1.4. Une image devenue célèbre de ce renversement caractéristique est celle de l'arroseur arrosé de Louis Lumière, qui a donné lieu au premier film comique dans l'histoire du cinéma. Il faut signaler que même si l'acception qui prédomine de cette ironie est liée à un hasard malheureux, le renversement d'une situation peut aussi se produire vers un sens positif.

L'ironie romantique naît en Allemagne au début du XIX^{ème} siècle dans le courant idéaliste. D'après Nicolas Martin-Granel, « cette ironie 'romantique' est moins une figure de mots ou même de pensée que la figure du moi idéaliste et nihiliste qui est à lui-même sa propre fin esthétique »[95]. Une belle citation de Peter Szondi, amplifie la précédente, reprenant l'idée de renversement que nous avons utilisé pour l'ironie de situation : « Le sujet de l'ironie romantique est l'homme isolé, devenu son propre objet et privé par la conscience de la puissance d'agir. Il aspire à l'unité et à l'infinitude, et le monde lui apparaît fissuré et fini. Ce qu'on nomme ironie, c'est la tentative d'endurer sa situation critique par le recul et par le renversement » [96].

En dehors de cette ironie romantique, qui dépasse les bornes de ce travail, nous nous occuperons des deux autres ironies, et notamment de l'ironie rhétorique, qui est revêtue d'un intérêt majeur pour les études qui portent sur le discours satirique et humoristique. Pour certains spécialistes, l'ironie est le composant principal de la satire, ou même du comique dans un sens large. Ainsi, J.-M. Defays soutient que l'ironie

> « manifeste l'ambiguïté sur laquelle repose, peu ou prou, le comique en général, toujours en train de simuler : singer le mal pour l'exorciser, parodier le beau pour le relativiser, contrefaire le vrai pour l'adoucir ou le dénoncer, déguiser les personnages, les gestes, les propos, les intentions. A tel point que certains considèrent l'ironie et la (pseudo-)simulation comme les figures principales du comique » (1996 : 11).

Pour L. Duisit, l'ironie est une forme de dédoublement qui caractérise l'ensemble de modes dévalués. Il entend le mode comme « une manière intuitive globale de percevoir ou de vivre la représentation » et accorde aux modes dévalués la faculté de dénaturer les faits pour les représenter dans une « expressivité seconde », résultat d'un dédoublement de type subversif, de manière que la lecture du deuxième niveau infirme la lecture du premier niveau. L'ironie « provoque une rupture dans la façon de concevoir ou de recevoir le message de la représentation » (1978 : 25-26). A. Koestler (1987) affirme que l'ironie est l'arme la plus effective du satiriste car elle prétend adopter les raisonnements de l'adversaire afin de mettre en lumière leurs absurdités ou vices implicites. Nous reviendrons sur cette idée.

---

[95] M. Martin-Granel. « Ironie ». *Dictionnaire International des Termes Littéraires.* w*ww.ditl.info/arttest/art14896.php.*

[96] Cité par P. Schoentjes, 2001 : 326.

L'ironie est de grand intérêt d'un point de vue énonciatif puisqu'elle instaure une distance entre l'énonciation et l'énoncé, entre ce qui est dit et ce qui est laissé entendre. C'est comme un jeu de masques, dans lequel l'interlocuteur ou le lecteur doivent rester suffisamment attentifs ou être de bons connaisseurs pour s'apercevoir de la non pertinence de prendre tel énoncé au premier degré. L'ironie devient un acte de métacommunication, mettant en question le discours cité.

La richesse de cette forme stylistique est inépuisable et nous aurons l'occasion d'y revenir à maintes reprises, notamment dans le quatrième chapitre, où nous traiterons l'ironie d'un point de vue rhétorique, pragmatique et énonciatif.

1.3.7 Le nonsense ou le comique de l'absurde

"Age is not a particularly interesting subject.
Anyone can get old.
All you have to do is live long enough".
Groucho Marx.

Nous avons choisi de garder l'orthographe anglaise *nonsense* à cause de sa spécificité avant tout anglo-saxonne. Selon le *Concise Oxford Dictionnary*, le mot fut utilisé pour la première fois par Ben Jonson in 1614, pour signifer les « *spoken or written words which make no sense or convey absurd ideas* ». Le terme évolua pour faire référence à partir de l'époque Romantique, à un phénomène littéraire, dont l'un des exemples les plus célèbres est *Alice in Wonderland*. *The New Encyclopaedia Britannica* caractérise le nonsense par sa résistance à toute interprétation rationnelle et allégorique. Pour Wim Tigges, c'est « *a genre of narrative which balances a multiplicity of meanings with a simultaneous absence of meaning* »[97]. Sa caractéristique la plus essentielle est donc une tension non résolue entre une présence et une absence de sens, pouvant caractériser une œuvre complète ou quelques passages de celle-ci. W. Tigges cite trois autres particularités du nonsense. En premier lieu, l'absence d'engagement émotionnel ; deuxièmement, son caractère ludique -un jeu qui se caractérise à la fois par la présence et l'absence de règles et qui est dépossédé d'un but transcendantal- ; et enfin, sa nature principalement verbale dans le sens où c'est le langage qui crée « *a nonsensical reality* », autrement dit, c'est le mot qui l'emporte sur la réalité.

Dans son but de définir les traits saillants du nonsense, W. Tigges s'attache à signaler des différences entre celui-ci et d'autres concepts tels que l'humour, l'ironie et la plaisanterie (*joke*). Ainsi, dans l'ironie, il est question d'un sens et son contraire, et non pas d'un non-sens. Par rapport à la plaisanterie, il affirme que tous les deux sont des jeux, mais ils se distinguent par le fait que la plaisanterie a un but, un propos (*a point*) alors que le nonsense n'en a pas. Cette même idée revient dans l'encyclopédie britannique quand on différencie le *nonsense* des baragouins des enfants : même si le premier utilise des mots inventés ou dépourvus de sens, il les présente comme étant très significatifs.

[97] W. Tigges (1988). *An anatomy of literary nonsense*. Amsterdam: Rodopi, p. 47.

Munro[98] fait référence à trois types de nonsense : toute création fantastique qui échappe à ce qui est possible ou probable ; le détournement d'un matériel familier à partir des procédés tels que l'exagération de sorte à produire une conclusion absurde ; et le détournement effectué dans un but de parodie ou de satire afin de signaler le nonsense de quelque chose.

Nous avons vu plus haut le lien étroit mis en évidence dans la définition du dictionnaire, entre le nonsense el l'absurde. En effet, ces termes ont le plus souvent été utilisés comme des synonymes. Pourtant, W. Tigges signale, entre autres, que si dans le nonsense, le langage crée la réalité, dans l'absurde, le langage représente une réalité dépourvue de sens. Consciente de l'existence de certaines différences entre ces deux formes, nous nous contenterons néanmoins de les présenter comme équivalentes dans le cadre de cette étude.

1.3.8 La satire

Si les supports à travers lesquels la satire circule ont évolué et se sont diversifiés au cours du temps, les principes basiques qui la caractérisent remontent à l'Antiquité. Archiloque, poète et guerrier grec, est considéré comme le fondateur de la poésie comique et satirique. A travers ses vers iambiques, il a parodié les épopées homériques et s'est moqué des valeurs épiques, donnant naissance à un nouveau type de poésie. Il a imprégné ses invectives d'un caractère moraliste à partir de l'utilisation de fables, maximes et proverbes[99].

Devenue un genre littéraire avec les auteurs latins, la satire s'est caractérisée depuis ses débuts par la diversité de formes (vers, forme épistolaire ou dialoguée, prose), justifiant ainsi l'origine étymologique du terme, qui dériverait du latin *satura* (mélange), comme nous l'avons vu dans la section 1.3.1.

Pour Sophie Duval et Marc Martinez (2000), c'est avec Lucilius (né en 180 ou 148 av. J.-C. - mort en 102 ou 101 av. J.-C.) que la satire acquiert ses deux paramètres fondamentaux: l'agressivité critique et le comique. Que ce soit d'une manière directe, à travers la dénonciation, ou indirecte, par le ridicule, le satiriste se donne comme mission de corriger les vices de la société. Roger Zuber présente comme hypothèse de cet esprit de dénonciation et correction le fait que depuis Juvénal, les poètes satiriques adoptent comme Muse l'indignation, la satire répondant ainsi aux humeurs de l'écrivain. Or, comme les humeurs sont variables, « une théorie s'est dégagée, propre à justifier le genre » : « reprise de la poétique d'Horace s'est donc affirmé l'utilité de la satire qui, dénonçant les méchants, corrigeant les abus, rendait à la société policée les mêmes services moraux qu'en général toute autre littérature » [100].

Les discours satiriques se constituent en prenant des éléments des discours offensifs et comiques. Ils attaquent –avec plus ou moins d'intensité- un groupe donné dénonçant et critiquant ses abus et excès. Et pour ce faire, ils font appel au comique car le rire rend le lecteur plus ouvert et réceptif envers les critiques. Ce n'est pas pourtant la seule raison : si le satiriste prétend aussi instruire, le rire émerge comme un moyen de toucher l'auditoire,

[98] Cité par V. Raskin, 1985 : 34.
[99] S. Duval et M. Martinez. (2000). *La satire*. Paris : Armand Collin.
[100] R. Zuber. (1972). Satire. *Encyclopédia Universalis*. Paris.

devenant ainsi un instrument clef de la stratégie de persuasion mise en oeuvre. De par ce que nous venons de dire, il est clair que le rire reste un moyen et non pas une finalité de la satire.

Pour Mathew Hodgart, la satire « exige à la fois un engagement réel dans les problèmes que pose le monde et un détachement affectif de celui-ci »[101]. Bien que l'auteur ne le manifeste pas, nous identifions dans cette idée le lien étroit que la satire maintient avec l'humour.

Les entretiens que nous avons menés auprès des membres du *Canard enchaîné* (voir la section 5.4. et l'annexe 4) ont été particulièrement éclairants et enrichissants pour mieux comprendre le lien qui unit la satire à l'humour. Ainsi, par rapport à la satire politique, l'éditorialiste et l'un des rédacteurs en chef, Erik Emptaz, a estimé que son rôle est double : d'une part, la satire est didactique car elle décode la politique, l'explique, et d'autre part, elle le fait sérieusement sans pourtant se prendre au sérieux. Il y a donc pour lui, une sorte de distance prise par rapport au fait politique : on se permet d'en rire. Cette idée de distanciation est indirectement évoquée par le journaliste et administrateur du journal, Nicolas Brimo : « Un lecteur me disait : 'd'abord je m'indigne et après je rigole', parce qu'on ne peut pas s'indigner tout le temps. L'humour est une façon de rendre l'indignation plus supportable ». L'ancien journaliste et secrétaire général, Jacques Lamalle, quant à lui, estime que « ce qui est important dans la satire c'est d'appuyer où ça fait mal et quand on a un sourire, ça atténue non pas la portée mais la douleur. La douleur qui peut être caricaturale et événementielle mais que peuvent sentir aussi les lecteurs, parce que trop parfois c'est trop. Avec le sourire ça passe mieux pour tout le monde ». Le journaliste Hervé Liffran fait référence à l'utilisation de l'humour par la satire en citant le fondateur du journal, Léopold Maréchal : il « disait que quand il y avait une mauvaise nouvelle, une nouvelle révoltante, il préférait en rire. (…) C'est vrai qu'on ne peut pas rire de tout. (…) C'est sûr. Mais à chaque fois que c'est possible, on préfère en rire ». Le rédacteur en chef Claude Angeli considère que « l'humour est une chose tout à fait nécessaire. Et avec l'humour, y compris l'humour noir, on peut parler des choses absolument sinistres ». De ces citations découle que pour les membres du *Canard enchaîné*, l'humour permet de traiter des sujets révoltants, douloureux et même sinistres (le cas de l'humour noir) ; ils sont mieux acceptés. L'utilisation de l'humour semble être lié à une certaine manière d'agir dans le monde, en prenant distance des faits qui indignent et font du mal pour en rire, les rendant par ce fait plus supportables.

D'après le professeur russe Emil Draitser (1994), le rire que l'on identifie dans la satire est une symbiose entre l'agression et la catharsis : il sublime l'hostilité tout en se déchargeant d'elle. Il suggère que la perception que l'on éprouve de la satire peut varier de lecteur en lecteur, et elle dépend à la fois du contexte socio-historique dans lequel ce dernier est inséré, ainsi que de ses attributs personnels : si le lecteur attribue au texte satirique une prépondérance de la catharsis au-dessus de l'agressivité, le texte sera perçu comme humoristique. En échange, si ce qui prime est la composante agressive, le texte sera perçu comme satirique. Pour cet auteur, « *'funny satire' is the apogee of both catharsis and aggression* » (1994 : 37). Cette conception de la satire et l'humour est une approche intéressante permettant de mieux différencier ces deux formes du risible. Elle nous sera de grande utilité dans l'analyse que nous ferons de nos corpus.

[101] M. Hodgart. *(*1969). *La satire*. Paris : Hachette, p. 12.

L'intention correctrice évoquée plus haut est ce qui distingue les discours comiques des discours offensifs, estiment S. Duval et M. Martinez (2000). La satire est essentiellement moraliste et si elle attaque et rabaisse sa cible, c'est pour dénoncer ses vices. A travers le comique, elle condamne et punit, se basant sur une norme morale qui est construite à partir d'un système de valeurs donné. Nous retournons ainsi à l'approche du comique en tant que facteur de correction sociale, largement développée par H. Bergson (1924), et déjà évoquée dans la section 1.2.1. Cette conception du rire lui a permis de récupérer une place plus digne à l'époque classique. En ce temps-là, il était considéré comme une manifestation mécanique, dont l'esprit contestataire mettait en péril l'équilibre du système social. Avec Molière, il acquiert un sens et une utilité morale puisqu'il était socialement accepté de rire d'un comportement ridicule (Duval et Martinez, 2000). Le rire devient un élément essentiel de la poésie comique de l'auteur.

La honte que le ridicule suscitait était très redoutée dans les sociétés de cour (XVII^{ème} siècle), et les spectacles grotesques dans lesquels les personnages faisaient l'objet de moqueries pouvaient suffire pour reformer le public. Dominique Bertrand[102] établit une analogie entre l'omniprésence du ridicule dans les sociétés de cours et la surveillance panoptique des prisons, analysée par Michel Foucault dans *Surveiller et punir*. A partir du XVII^{ème} siècle, la dérision et le ridicule vont intervenir à la fois comme mécanismes de contrôle et de punition. Cet esprit de la satire semble avoir perduré.

Nous avons parlé des rapports entre la satire et l'humour. Nous aborderons très brièvement par la suite ceux existant entre la satire et la parodie, d'après la vision de Linda Hutcheon (1981). Cet auteur constate une grande confusion entre ces dernières à cause du fait qu'elles sont souvent utilisées ensemble. Toutes les deux impliquent une distanciation critique et de par cela, des jugements de valeurs, mais la satire se différencie de la parodie par le fait qu'elle se sert de cette distance pour faire des appréciations négatives sur ce ou celui dont elle satirise. Pour L. Hutcheon, les inepties visées par la satire « sont généralement considérées comme *extra*textuelles dans le sens où elles sont presque toujours morales ou sociales et non pas littéraires » (1981 : 144).

Compte tenu de l'importance que ce genre revêt pour notre étude, nous lui consacrerons un chapitre entier (chapitre 3), où nous traiterons plusieurs de ses diverses facettes.

1.4 Procédés comiques

Les théories sur le rire et le comique présentées brièvement dans la section 1.2 (de supériorité, de décharge et d'incongruité) furent conçues depuis des disciplines diverses et peuvent être perçues comme complémentaires, du moment où chacune focalise sur différents aspects du vaste et complexe phénomène du rire et du comique. La théorie de l'incongruité s'intéresse au mécanisme engendrant le comique et l'explique par un principe de décalage ou d'incongruité entre deux parties d'un message. Cette explication est largement acceptée par la

[102] Cité par Duval et Martinez, 2000.

communauté de spécialistes et sert de cadre pour analyser une bonne partie –mais est-ce bien la totalité ?- des procédés comiques.

Au cours des prochaines pages, nous ferons une révision de certaines classifications élaborées par plusieurs auteurs sur les procédés du comique opérant dans diverses formes du risible qui nous semblent d'intérêt et d'importance pour notre étude : l'approche sémantique de Victor Raskin et sa version amplifiée avec Salvatore Attardo, l'approche avant tout littéraire de Henri Baudin, l'approche philosophique de Henri Bergson, et l'approche énonciative de Patrick Charaudeau.

1.4.1 Théorie des Scripts Sémantiques de l'Humour

Victor Raskin (1985) présente sa Théorie des Scripts Sémantiques de l'Humour (*Semantic Script Theory of Humor*) comme une synthèse de trois courants théoriques sur le rire et le comique cités, à partir de ce qu'il entend comme le *script oppositeness* (l'opposition de scripts). Cette théorie s'applique exclusivement aux messages verbaux, et prend comme unité d'analyse les histoires drôles et blagues (*jokes*), qui sont des textes d'une longueur relativement courte et d'une structure simple et récurrente. L'objectif principal de l'auteur est d'étudier et décrire les conditions sémantiques nécessaires pour qu'un texte soit comique. Son hypothèse principale consiste à dire que pour qu'un texte puisse être considéré comme comique, il doit être compatible avec deux scripts différents et que ces scripts doivent être opposés. Les scripts sont chevauchés (*overlapped*) d'une manière majoritairement partielle, c'est-à-dire qu'il y en a un qui est plus compatible que l'autre avec le texte de l'histoire drôle. Le chevauchement peut aussi être total et il correspond aux cas où deux scripts sont complètement compatibles avec le texte de l'histoire drôle et il n'y a aucun élément des deux scripts qui puisse être perçu comme bizarre ou manquant. Plusieurs textes comiques ont un élément déclencheur ou détonateur (*trigger*), un élément qui peut introduire une ambiguïté – de type syntactique, phonétique, situationnelle ou figurative : coexistence d'un sens propre et figuré- ou bien une contradiction. Face à l'ambiguïté d'une phrase qui incorpore un deuxième script qui se chevauche avec le premier, le récepteur se trouve dans un dilemme dans lequel il doit décider soit de rester seulement avec le premier script, soit d'élargir l'interprétation de la phrase pour appréhender le deuxième script.

Nous avons dit que l'auteur propose sa théorie comme une synthèse des trois grands groupes de théories de supériorité, de décharge et d'incongruité. Pour lui, dans celles-ci s'opère une opposition de différents types de scripts : dans la première, l'opposition serait liée à la méchanceté (le bien versus le mal) ; dans la deuxième, les conventions, les normes versus la libération, la rupture des normes; et dans la troisième, l'existence d'une interprétation irréelle (le réel versus l'irréel), et pour le cas particulier de H. Bergson ce serait le naturel versus le mécanique. En dépit de cette intention d'aller au-delà des trois théories citées, cette théorie a été souvent classée parmi celles basées sur l'incongruité. Il faut dire qu'elle reste avant tout une approche sémantique du comique et de l'humour.

La proposition de V. Raskin de considérer les idées incongrues à partir d'une opposition de scripts est intéressante et assez convaincante. En dépit du fait qu'elle a été conçue pour expliquer le mécanisme des blagues et histoires drôles, nous avons fait l'exercice de la tester avec quelques titres de nos corpus. De par la présence d'une chute et sa finalité

ludique –quoiqu'elle ne soit pas la seule comme nous verrons tout de suite-, il nous semble que les oreilles du *Canard enchaîné* sont les titres qui s'approchent le plus de la structure d'une histoire drôle ou d'une blague, même s'ils sont en général plus courts. Ainsi, « *'La Marseillaise' sifflée au Stade de France : Chirac a joué au…foot furieux !* » (15/05/2002), présente au moins deux scripts opposés avec un chevauchement partiel, à partir du verbe jouer (élément déclencheur). Le script qui correspond à l'actuation théâtrale et celui qui fait référence à l'activité sportive. Il y a d'autres éléments stylistiques qui interviennent dans la constitution comique du texte : la quasi assonance « f**oo**t f**u**rieux » qui introduit un certain rythme répétitif à la phrase, et le calembour que l'on pourrait considérer *in absentia* entre « fou et foot » pour compléter l'expression figée « fou furieux ». Cette densité stylistique ferait de ce texte un exemple plus complexe de ceux généralement travaillés par V. Raskin.

Même si cette théorie donne de bons résultats, appliquée à quelques uns des titres de nos corpus, elle ne nous semble pas la plus pertinente. D'une part, la structure de la plupart des titres (phrases courtes et elliptiques) est différente de celle des histoires drôles. D'autre part, cette théorie reste limitée au comique verbal, laissant ainsi de côté une unité majeure de nos corpus, comme c'est le cas des signes icono-plastiques véhiculés dans les caricatures et *strips* politiques.

1.4.2 Théorie Générale de l'Humour Verbal

La Théorie Générale de l'Humour Verbal (*General Theory of Verbal Humour*) de Salvatore Attardo et Victor Raskin (1991) est la version révisée de la *Semantic Script Theory of Humor* que nous venons de présenter. Alors que l'approche de celle-ci est exclusivement sémantique, la nouvelle version prend en considération d'autres domaines linguistiques, à savoir : la linguistique textuelle, la théorie narrative et la pragmatique[103]. A partir de cette ouverture disciplinaire, elle incorpore cinq ressources de connaissances (*Knowledge ressources*) qui s'ajoutent à l'opposition de scripts : le langage, la stratégie narrative, la cible, la situation, et le mécanisme logique.

La première ressource, le langage, prend en considération toute l'information qui se réfère à la verbalisation du texte, comme la syntaxe, la phonétique, la sémantique des mots choisis, mais elle s'intéresse aussi à d'autres aspects tels que la position de la chute dans le texte. La stratégie narrative s'occupe de la structure du texte (écrit narratif simple, dialogue, etc.), du style (direct ou indirect), des marques déictiques personnelles qui cadrent le texte comme un récit en première personne, en troisième personne, etc. En ce qui concerne la cible, dans le contexte propre des blagues et histoires drôles elle reste facultative. Ceci établit une différence de taille par rapport à la satire politique puisque celle-ci s'attaque toujours à quelqu'un, que ce soit une personne politique, un groupe ou la classe politique toute entière. Quant à la situation, elle est étroitement liée au script et se constitue par les objets, les acteurs et les activités, entre autres, qui présente le scénario. La ressource qui porte sur les mécanismes logiques présuppose et incarne une logique locale, soit, une logique ludique altérée. Les intervenants dans la situation comique sont conscients de la limite de cette logique locale mais poursuivent avec une intention de suspension de toute incrédulité. Ces

[103] S. Attardo. (2001). *Humorous texts: a semantic and pragmatic analysis.* Berlin: Mouton de Gruyter.

mécanismes répondent à la perspective d'opposition, d'ambiguïté ou d'incongruité entre deux scripts. Parmi eux, on peut mentionner l'association, la substitution ou la juxtaposition des scripts ; l'échange de rôles ; un raisonnement défectueux (erreur évidente ou exagération), le comique verbal qui joue avec l'homophonie, l'homonymie ou paronymie des mots, entre autres[104].

La Théorie Générale de l'Humour Verbal a été originairement conçue pour le comique (l'humour) verbal, les blagues et histoires drôles en particulier, mais elle a été ultérieurement appliquée à d'autres types de textes, y compris des textes[105] visuels[106]. Cette théorie s'intéresse autant au message qui est le résultat du processus de communication (le langage, la stratégie narrative, le mécanisme logique et l'opposition de scripts) qu'à la situation communicative à travers l'étude de la cible et de la situation représentée. Si l'opposition de scripts propose un fondement avec la finalité d'expliquer le mécanisme principal à partir duquel le comique se produit, les mécanismes logiques sont les procédés spécifiques utilisés pour produire ce comique. Ils sont appelés logiques puisqu'ils supposent l'existence d'une ambiguïté ou d'une incongruité entre les scripts.

1.4.3 Le jeu, l'agressivité et l'absurde, à propos de Boris Vian

Contrairement à Raskin et Attardo, qui construisent des théories sur le comique, c'est-à-dire qu'ils arrivent à un stade d'abstraction et de généralisation important à partir de l'étude des blagues et histoires drôles, Henri Baudin élabore une classification sur les recours du comique d'un seul écrivain, Boris Vian. Cependant, les implications de cette classification vont au-delà –nous semble-t-il- de cette œuvre spécifique.

Pour Baudin, « le comique n'est ni dans les choses ou les êtres ni dans les procédés ou structures de mise en œuvre, mais dans l'attitude du lecteur ou du spectateur »[107]. Ainsi, il aborde les recours du comique en s'intéressant à l'attitude existentielle qui les sous-tend, tournant cette approche en une approche philosophique d'une matière littéraire.

L'auteur relève 35 procédés différents, qu'il regroupe dans trois axes directeurs : le jeu, l'agressivité et l'absurde. Nous présenterons par la suite, la classification effectuée d'une manière succincte. Le jeu « correspond, par sa gratuité heureuse, au *comique positif »* (1973 : 14), signale l'auteur, et c'est le premier qui se développe dans les humains. Il est libérateur et permet d'échapper au monde responsable et sérieux. L'agressivité se place du côté d'un comique négatif qui s'attaque à des choses ou des personnes, qui lutte contre les tabous et les valeurs. Elle se fait satirique et provocatrice, elle remet des choses en question. L'absurde, enfin, se situe dans un stade qui transcende le comique positif et le comique négatif. Il dépasse l'agressivité en la désarmant, à partir d'une « vision pataphysique du monde ».

Baudin distingue le jeu verbal du jeu imaginatif. Dans le premier cas, le comique verbal peut être direct (accumulation, répétition, invention des mots), déformant (jeu avec la

[104] S. Attardo, C. Hempelmann et S. di Maio. (2002). Script oppositions and logical mechanisms: Modeling incongruities and their resolutions. *Humour* 15-1, pp. 3-46.
[105] Pour une définition de ce que nous entendons par « texte » dans un sens large, nous renvoyons le lecteur à la section 4.1.
[106] C. Hempelmann. Atelier sur *General Theory of Verbal Humour*, donné dans le cadre du *7th International Summer School & Symposium on Humour & Laughter*, Université de Aberdeen, Ecosse, juillet 2007.
[107] H. Baudin. (1973). *Boris Vian humoriste*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, p. 5.

graphie et le son des mots, déformations), ou indirect (ironie, antiphrase, allusion, ellipse). Le jeu imaginatif comprend des procédés qui appellent à la fantaisie et l'irréalisme, ou bien à la surprise, l'exagération ou le paradoxe.

Quant au comique négatif, il comprend deux formes d'agressivité croissante : la satire et la provocation. Pour l'auteur, la satire relève ou gauchit « les traits ridicules du réel » ; elle choisit les thèmes que la caricature ou la parodie s'occuperont de déformer. L'agressivité provocatrice, cynique ou inconvenante, rejette l'ordre établi. Elle se réjouit par l'infortune d'autrui à travers des ruses, blagues et taquineries.

Le dernier axe, l'absurde -réducteur, contrasté ou déformant- regroupe des contradictions, des prises au pied de la lettre, des dérapages, des saugrenus, des animations, des fausses logiques.

La classification de H. Baudin en trois axes majeurs et ensuite en procédés spécifiques est intéressante et riche en variétés. Christelle Resvard[108] applique cette classification au discours du *Canard enchaîné*. Après avoir classifié l'ensemble de procédés qu'elle a repérés dans deux numéros du journal satirique selon les catégories proposées par H. Baudin, elle identifie le comique verbal –à l'intérieur de l'axe nommé jeu- au premier plan, avec notamment les jeux de mots et les calembours. L'agressivité -satirique et provocatrice- vient ensuite et c'est, comme prévisible, l'absurde et le jeu imaginatif les moins récurrents. C. Resvard se surprend du fait que l'agressivité n'occupe que la deuxième place parmi les recours du *Canard enchaîné*. Nous prenons de la distance par rapport à cette application car nous estimons qu'il existe un problème conceptuel de fond, qui consiste à situer dans le même plan une forme du risible comme c'est la satire, et des procédés. A nos yeux, la satire transcende tel ou tel procédé et doit plutôt son essence à un esprit particulier, un esprit de dénonciation et de critique, fondé implicitement sur une morale tacite. Elle fait recours à plusieurs techniques, dont le comique verbal. Pour citer un exemple, nous avons vu que les titres qui jouent avec le sens et la sonorité des mots –qui correspondraient au jeu verbal de H. Baudin-, comme « *'La Marseillaise' sifflée au Stade de France : Chirac a joué au…foot furieux !* » (15/05/2002), peuvent avoir autant une finalité ludique que critique. En somme, le genre discursif auquel appartient ce type de titres est celui que nous avons décidé d'appeler satirico-humoristique et il se sert d'une grande diversité de procédés, que nous étudierons en profondeur dans le chapitre 11.

Même si H. Baudin a signalé que sa classification a été faite à des fins analytiques, et que ses catégories sont superposables, il y a certains choix que nous comprenons peu, comme c'est le cas de situer le paradoxe dans l'axe du jeu alors que c'est un recours très utile du comique de l'absurde (voir la section 11.1.), ou bien de placer l'invention des mots parmi le comique verbal direct et non pas parmi le comique verbal déformant.

1.4.4 Les trois procédés basiques identifiés par Henri Bergson

Nous avons fait référence à l'œuvre de H. Bergson sur le comique à maintes reprises. Appuyé sur sa théorie qui porte sur la mécanisation de la vie, il distingue trois procédés basiques du comique : la répétition, l'inversion et l'interférence des séries. Dans la répétition,

[108] C. Resvard. (2003). *Le Canard enchaîné* : Une analyse exploratoire du discours comique. Mémoire de DEA en Sciences des Médias et de la Communication, Université de Genève.

on introduit « un certain ordre mathématique » à un événement sans qu'il perde « l'aspect de la vie ». Ainsi, une situation revient encore et encore de telle sorte que l'effet accumulatif engendre le rire. L'inversion consiste à retourner une situation ou inverser les rôles, comme c'est le cas typique du voleur volé ou de l'arroseur arrosé. L'interférence de séries, enfin, se produit quand une situation renvoie à deux événements non directement liés, pouvant être interprétée en même temps dans deux sens différents. Nous verrons la pertinence de ces procédés appliqués à nos corpus d'analyse dans le chapitre 11.

Contrairement à S. Freud, qui met parfois sur le même plan des procédés du risible et des sujets, H. Bergson fait une distinction nette entre les deux. Il soutient que quand une scène comique a été souvent reproduite, elle peut devenir une « catégorie ». Celle-ci naît une fois qu'on a élucidé le mécanisme interne de fonctionnement d'une chose jugée risible, au-delà du sujet dont on rit. C'est une vision dynamique qui nous mène à concevoir les procédés comiques comme un système non pas clos et abouti, mais ouvert et en évolution.

1.4.5 Une approche énonciative des procédés comiques

Comme nous l'avons vu précédemment, Patrick Charaudeau[109] conçoit l'acte comique comme un acte de discours qui s'inscrit dans une situation de communication et comme telle, qui présuppose une situation énonciative, une thématique, une série de procédés, et un effet, qui répond à une intentionnalité. Nous nous arrêterons dans la classification qu'il élabore, d'après une approche énonciative, sur les procédés qui peuvent opérer dans un acte comique.

L'auteur distingue les **procédés linguistiques** des procédés discursifs. Les premiers « relèvent d'un mécanisme lexico-syntaxico-sémantique qui concerne l'explicite des signes, leur forme et leur sens, ainsi que les rapports forme-sens » (2006 : 25-26). Ils comprennent : des jeux centrés sur le signifiant, comme le calembour et le mot-valise, ou des jeux sur le rapport signifiant-signifié des mots homonymes ou polysémiques qui permettent de passer d'une isotopie de sens à une autre, comme la syllepse ; des jeux de substitutions de sens, à partir desquels on exprime la partie pour le tout, ainsi que d'autres relations de contiguïté, comme la synecdoque et la métonymie ; et enfin, des jeux centrés sur des analogies, comme la métaphore ou la comparaison. Ces procédés ne sont pas comiques *per se* ; ils font partie des discours même dramatiques, comme la poésie. C'est la combinaison des composants de la situation de communication qui les rendent comiques.

Les **procédés discursifs** dépendent de l'ensemble du mécanisme d'énonciation (locuteur, destinataire, cible, contexte et valeur social du thème abordé). Ceux-ci sont divisés en deux groupes : d'une part, les procédés énonciatifs, qui jouent entre ce qui est dit et ce qui est laissé entendre, comme c'est le cas de l'ironie, le sarcasme et l'allusion ; d'autre part, les procédés logiques, qui jouent sur le sémantisme des mots à l'intérieur d'un énoncé, donnant lieu à une dissociation d'isotopies.

Parmi ces derniers procédés qui, d'une certaine façon, contestent la logique, l'auteur distingue l'incohérence loufoque, l'incohérence insolite et l'incohérence paradoxale. Dans l'incohérence loufoque, les univers mis en relation n'ont rien à voir l'un avec l'autre. Ils correspondent à deux mondes différents de l'expérience humaine et les mettre ensemble ne

[109] P. Charaudeau. (2006). De nouvelles catégories pour l'humour? *Questions de communication, 10*, pp. 19-41.

peut constituer qu'un hors-sens. Dans l'incohérence insolite, les univers mis en relation ne sont pas naturellement liés l'un à l'autre mais ils ne sont pas complètement étrangers. Contrairement à l'incohérence loufoque, on peut trouver ici un lien logique qui explique leur rencontre, de telle sorte que ce qui opère dans cette incohérence est un trans-sens, un passage d'un sens à l'autre. Dans l'incohérence paradoxale, il y a un rapport de contradiction entre deux logiques à l'intérieur d'une même isotopie. On va à l'encontre de l'opinion commune, de la norme socialement acceptée. On peut raisonner sur ce qui est illogique, et même démontrer en quoi consiste le contre-sens. P. Charaudeau situe à l'intérieur de cette incohérence paradoxale, l'ironie du sort, qu'il définit comme « un retournement d'une logique d'expérience » (2006 : 35) et sur laquelle nous avons consacré quelques lignes dans la section 1.3.6.

La division que cet auteur fait entre des procédés comiques linguistiques et des procédés discursifs rejoint d'autres classifications duales, comme la distinction entre des blagues verbales et des blagues référentielles (Attardo, 1994), -qui cite, de son côté, les travaux pionniers de Cicéron-, ou, dans un plan plus strictement rhétorique, la division réalisée par J. Fontanier (1968) entre des figures rhétoriques de mots et des figures rhétoriques de pensée ; et celle de G. Molinié[110] (1992), qui fait référence aux figures rhétoriques microstructurales et aux figures rhétoriques macrostructurales. Si les unes sont plus centrées sur un énoncé donné et restent plus facilement isolables, les autres font appel à des éléments extérieurs à l'univers du discours et exigent une perspective plus globale.

Il y a des points d'intersection dans les travaux de certains des auteurs cités dans cette section (Charaudeau, Attardo, Raskin, et d'une manière plus restreinte, Baudin) et c'est le fait de concevoir l'acte comique comme le résultat non seulement de l'articulation d'un procédé ou d'un ensemble de procédés, mais de toute une situation de communication. Des cinq classifications révisées, nous croyons que celle de P. Charaudeau est la plus opératoire et la mieux adaptable à nos objets d'étude. Sa structure est convaincante, elle est riche en procédés et son approche énonciative est aussi l'une des approches prédominantes dans cette thèse. Dans le chapitre sur les procédés satirico-humoristiques, nous présenterons la classification utilisée dans cette recherche, une version élargie de celle de cet auteur.

1.5 Récapitulatif

L'énorme richesse du champ du risible, ses multiples facettes et approches font que ce soit difficile de mettre fin à ce chapitre, tant d'idées et de travaux resteront dans l'encrier, à cause de l'espace limité et le but introductif de cet écrit. Nous avons fait une révision de grands courants théoriques qui se sont intéressées au phénomène du risible et qui ont été traditionnellement regroupés sous un axe social et philosophique, un axe psychologique et un axe linguistique. D'autres courants plus sociologiques et rhétoriques ont été également considérés. Loin d'être opposées, nous considérons que ces théories peuvent se complémenter, chacune focalisant sur différents aspects du comique. Celui-ci est un

[110] G. Molinié. (1993). *La stylistique*. Paris, Presses Universitaires de France.

phénomène complexe qui obéit à des facteurs très divers, et une approche intégrative est à nos yeux la voie la plus appropriée.

Le terme de *risible* s'est avéré être plus pertinent et opérationnel que celui du *rire* pour faire référence à ce vaste domaine, non seulement parce que ce dernier peut obéir à plusieurs stimuli non comiques, mais aussi parce que ce serait erroné d'affirmer que toutes les variétés du comique produisent du rire. La notion de *comique* est utilisée dans un sens large, mais aussi dans un sens restreint, pour le différencier de l'*humour*. Comme dit Pirandello, il y a une confusion babélique dans l'interprétation du terme humour, et ceci est valable pour une bonne partie des concepts, tels que la parodie, le pastiche ou le mot d'esprit.

Plusieurs travaux ainsi que des entretiens menés auprès des membres du *Canard enchaîné* ont servi de base pour réfléchir autour de la présence de l'humour dans la satire, nous permettant de l'appréhender d'une manière plus accotée. Ceci est capital dans notre étude, puisque comme nous verrons un peu plus loin, nos objets d'étude se circonscrivent au discours satirico-humoristique. D'une manière synthétique, nous considérons l'humour comme la capacité de prendre distance des faits qui nous produisent de la douleur, de l'indignation, de la honte, pour en rire ou du moins, en sourire. Ce phénomène entraîne une sorte de libération de l'esprit. C'est pour cela que par opposition au comique, l'humour a un lien fort avec la première personne, qui peut être l'objet du rire, alors que dans le comique, entendu dans un sens restreint, on rit de préférence d'un tiers. Si dans l'esprit de l'humoriste il y a une quête pour révéler des absurdités de la vie en invitant à tout le monde à en rire, le satiriste, lui, cherche à dévoiler les vices et abus de la société, en éveillant l'attention du public.

Nous avons vu que les moqueries sarcastiques et de par ce fait, la peur au ridicule, sont intervenues comme des facteurs de correction, notamment à l'époque de la cour, le rire étant au service du rabaissement. La phrase attribuée au duc de Guînes illustre bien l'esprit qui régnait à l'époque de Louis XVI : « *In this country, vices are without consequence, but ridicule can kill* »[111].

Le rire joue, dans la satire, un rôle important de persuasion : il sert à éveiller les passions en même temps qu'il permet de mieux faire passer des idées. Ces aspects du rire ont déjà occupé la curiosité intellectuelle des penseurs grecs et romains, et certains, tel le cas de Quintilien, sont allés jusqu'à proposer une technique pour produire le rire et maîtriser ses effets.

Le mot d'esprit, le *wit*, semble, au premier abord, avoir une intention plus ludique que l'humour ou la satire, en illuminant des idées ou des mots grâce à un angle inusuel. Il compte sur un public avisé qui prend du plaisir à découvrir des jeux de mots. Néanmoins, combiné avec une intention satirique, le mot d'esprit se charge d'idéologie, il se charge d'un but.

Nous avons fait référence à l'ironie à partir de ses quatre acceptions : l'ironie socratique, l'ironie rhétorique, l'ironie du sort et l'ironie romantique, en nous attardant sur celles qui sont les plus utiles à notre propos. L'idée de renversement –« changement complet en l'inverse »[112]- est à notre avis très opérationnel pour travailler le fonctionnement particulier

[111] Phrase extraite du film *Ridicule* de Patrice Leconte, paru en 1996.
[112] *Trésor de la Langue Française informatisé*.

de l'ironie en tant que figure rhétorique, mais aussi entendue dans son sens plus large, comme ironie de situation.

Nous avons aussi examiné d'autres formes comme la parodie, le pastiche, le burlesque, le grotesque et le *nonsense*, en essayant d'y trouver les différences les plus nettes. Nous avons insisté sur l'interrelation entre les diverses formes du risible, qui restent perméables et se superposent ou juxtaposent avec fréquence les unes aux autres. Si le genre qui prédomine dans cette recherche est bien le satirique, associé à l'humour, ce serait erroné et complètement invalide de prétendre se limiter à celui-ci puisque la satire, dont il est ici question, n'existe en tant que telle que par ses entrecroisements avec tous les autres formes abordées dans ce chapitre.

La dernière section a été consacrée à présenter cinq classifications sur les ressources du comique : la Théorie des Scripts Sémantiques de l'Humour de Victor Raskin, la Théorie Générale de l'Humour Verbal de Salvatore Attardo et Victor Raskin, la classification en trois axes élaborée par Henri Baudin sur l'œuvre de l'écrivain Boris Vian, les trois procédés basiques du comique présentés par Henri Bergson, et l'approche énonciative des procédés comiques proposée par Patrick Charaudeau. Toutes ces classifications constituent un apport très significatif pour l'étude de différentes techniques utilisées par le comique, même si nous trouvons la dernière comme la plus adaptable à nos propos. La plupart de ces classifications partagent le besoin de concevoir l'acte comique comme une conjonction de plusieurs composantes, de manière que le risible ne réponde pas seulement à une combinaison des procédés mais aussi à une situation, où comptent les protagonistes qui y participent, le langage, la thématique, la finalité et le contexte où se déroule l'échange communicatif.

Chapitre 2 :

L'image médiatique de l'homme politique : autour de la visibilité et la personnalisation

Aujourd'hui, le pouvoir a un visage : celui du dirigeant qui l'exerce. D'abstrait, l'art politique est devenu figuratif.

R.G. Schwartzenberg. L'Etat spectacle, 1977.

La pratique de l'exercice politique a sans douté changé à partir de l'apparition des médias, et notamment de la télévision. Non seulement les hommes et femmes politiques se préparent pour apparaître devant l'écran mais aussi les autres médias ont dû s'adapter pour que ses mises en forme soient plus accordées avec cette nouvelle écriture du politique imposée par la télévision. Même si le phénomène de visibilité et de personnalisation du pouvoir date d'une époque lointaine, on s'accorde tous à identifier une modification importante du régime de visibilité, tourné vers la spectacularisation et la vedettisation. Nous rendrons compte de cette conjoncture dans la section 2.1. Deuxièmement, nous réfléchirons autour de la notion d'image en tant qu'image matérielle et représentation mentale, pour développer ensuite quelques paramètres de l'image médiatique d'un individu politique (2.2.). Puisque nous parlons d'image et du politique, le concept d'*ethos* émerge comme incontournable, cette entité au carrefour d'un *je* préconstruit et un *je* construit à partir de l'instance énonciative (2.3.). La personnalisation et la vedettisation de la politique ont eu pour résultat une focalisation croissante vers les traits personnels des hommes et des femmes politiques. Un courant important au sein de la psychologie politique s'est plongé dans l'étude des traits de caractère les plus et les moins appréciés d'un candidat ou dirigeant politique, qui nous seront de grand profit pour l'analyse ultérieure de l'image politique des deux Présidents sur lesquels porte cette thèse (2.4.). Nous réfléchirons, par la suite, sur le rôle actif joué par les médias informatifs dans la reconstitution des faits sociaux, ce qui relève d'un processus de construction complexe (2.5.). Nous finirons ce chapitre avec un récapitulatif de certaines idées importantes (2.6.).

2.1 L'exercice politique personnifié et personnalisé : Vedettisation et spectacularisation

A la personnification de l'exercice politique, inhérente, puisqu'il est pratiqué par des hommes et des femmes, s'additionne un phénomène de personnalisation croissante, qui focalise sur certains corps et certains visages. Ceci s'est produit en dépit de l'instauration des républiques, soucieuses de mettre fin à des régimes héréditaires et absolus. Cette personnalisation de la politique est favorisée en France au cours du XIX^{ème} siècle, caractérisée par l'apogée du culte à la personnalité[113]. Le Panthéon de Paris, édifié initialement comme église, devient alors une nécropole pour les « grands hommes [pour lesquels] la Patrie est reconnaissante ». Ce culte dépasse les bornes de la politique pour s'appliquer à tous les domaines : académiques, scientifiques et artistiques. Le développement de la caricature, l'incorporation de la photographie dans la presse un peu plus tard, et de manière exponentielle, la consolidation de la télévision dans les dernières décennies, ont largement contribué à ce processus de personnalisation.

La personnalisation a atteint un nouvel échelon à partir d'une tendance de plus en plus importante vers la spectacularisation, la vedettisation, la « peopolisation » ou « peopleïsation » de l'exercice politique, des expressions qui mettent l'accent sur des facteurs différents mais étroitement liés. Sous le terme de « peopolisation », Jamil Dakhlia[114] en distingue trois : la vedettisation des hommes politiques ou bien, la politisation des vedettes du spectacle ; l'exposition intentionnelle ou non des hommes et des femmes politiques dans la presse *people* ; et la transformation du traitement politique que l'on fait dans les médias selon les codes de cette presse *people*. Ce phénomène engage donc trois catégories d'acteurs:

> « -le milieu politique, avec des nuances entre ceux qui recourent à la peopolisation, ceux qui la maîtrisent, ceux qui en sont victimes et ceux qui la dénoncent ;
> -le milieu médiatique, avec des conflits entre journalisme 'sérieux' ('grande presse' d'actualité notamment) et tenants du divertissement ou de l'information légère ;
> - l'opinion publique, saisie dans deux dimensions différentes : l'ensemble des consommateurs de médias et/ou le corps électoral » (Dakhlia, 2008 : 7-8).

Dans les pages qui suivent, nous développerons ce phénomène qui se tisse de façon si étroite entre la politique et les médias, et qui a mené plusieurs sociologues des médias à affirmer que la politique est inconcevable sans le médiatique. En effet, tout projet politique, toute candidature d'un homme ou d'une femme politique intègre dès le départ une stratégie de communication orientée pour gagner une visibilité médiatique, objectif sans doute indispensable pour atteindre la fin ultime, d'accéder à une cible citoyenne. Le média le plus courtisé est la télévision, ce qui impose une spectacularisation croissante de la politique, animée par un format audiovisuel, qui n'est pas de son côté étranger aux innovations esthétiques provenant de l'industrie du grand écran. La presse a dû s'adapter aux changements dans la mise en forme, la mise en scène du politique, et même les journaux traditionnels, influencés aussi par les magazines *people*, incorporent, particulièrement dans leurs versions

[113] [113] B.Tillier. (1997). *La Republicature. La caricature politique en France 1870-1914*. CNRS éditions : Paris.
[114] J. Dakhlia. (2008). *Politique people.* Rosny : Bréal.

en ligne comme c'est le cas du traditionnel quotidien argentin *La Nación* (fondé en 1870), des espaces où l'on commente la garde-robe de telle ou telle femme politique ou la nouvelle coupe de tel ou tel dirigeant politique, attribuant ainsi à leur *look* une importance proche de celle conférée aux célébrités du spectacle.

Le vrai débat politique cède de plus en plus de terrain face à un traitement plus centré sur la personnalité de l'homme ou de la femme politique, sur ses qualités personnelles et sa vie intime. Les limites entre le public et le privé se rétrécissent, ce qui est accepté et toléré par les politiques –pour certains même exploité- car cela les humanise, les désacralise face à la société : même les plus hauts fonctionnaires ont un *hobby*, un sport, une musique, un repas préféré… Se montrer avec la famille, les animaux de compagnie, en faisant de la cuisine ou du jardinage à la maison sont des pratiques assez courantes qui permettent de toucher « des publics rétifs à la chose politique mais sensibles à la dimension 'people' des personnalités de la vie publique »[115]. Il s'agit d'adapter le contenu et la forme de la présentation des faits politiques à une écriture avant tout télévisuelle qui exige des procédés de visualisation et la construction d'une narrative particulière. Animés par une logique qui va à l'encontre de la monotonie, les séquences sont rapides, les cadrages changent en permanence, les temps de parole sont plus courts et les questions des animateurs/journalistes, plus directes. Dans ce cadre, Rémy Rieffel[116] affirme que la rhétorique politique est « devenue l'art de la petite phrase, de la captation et de la séduction du téléspectateur au moyen d'un raisonnement, non pas hypothético-déductif mais associatif ».

L'éloquence de l'orateur publique s'est vu transformée car il ne s'agit pas de se faire entendre ni de se montrer à la distance des foules d'autrefois, mais d'apparaître devant un écran qui saisit le plus petit détail sonore et visuel : l'usage du corps et les gestes ainsi que le ton de la voix de l'homme politique sont plus mesurés face à un citoyen téléspectateur : « la foule politique s'est dispersée, fragmentée et cloisonnée dans l'intimité des tête-à-tête, l'intimité des face-à-face »[117].

Le style d'énonciation est plus pragmatique et l'interpellation directe des hommes politiques par les journalistes est aussi une manière d'éviter la « langue de bois »[118]. Si on les surprend, si on les bouscule, ils sont obligés de réagir de façon spontanée, abandonnant ainsi la stratégie communicationnelle préparée à l'avance. En Argentine, une émission télévisuelle devenue célèbre et exportée vers d'autres pays dont l'Espagne, le Chili et l'Italie, *CQC* (*Caiga quien caiga*[119]), se caractérise par une approche irrévérencieuse et humoristique des

[115] M. Lits. (2005). La spectacularisation des émissions politiques dans les télévisions européennes. *Recherches en communication 24*, p. 15.
[116] R. Rieffel. (2005). *Que sont les médias ?* Paris: Gallimard, p. 181.
[117] J. J. Courtine. (1990). Les glissements du spectacle politique. *Revue Esprit 164*, p. 157.
[118] La langue de bois est une expression « issue des contraintes du système totalitaire » (O. Galatanu. (1993). Le discours de la dérision politique et la dérision du discours politique. *Humoresques 4*.) qui désigne habituellement une manière rigide de s'exprimer qui use de stéréotypes et de formules. Les hommes politiques sont accusés d'utiliser un code préfabriqué, sans innovation, un argumentaire et des analyses inamovibles. Galatanu caractérise la langue de bois par l'introduction d'une distance maximale du sujet parlant par rapport à son discours, par moyen de la présentation des faits comme irréfutables et évidents, par l'annulation du dialogue et le refus de toute argumentation. Voir aussi à ce sujet : P. Fiala et B. Halsert. (1989). La langue de bois en éclat : les défigements dans les titres de la presse quotidienne française. *Mots. Les langages du politique*, *21* ; et C. Delporte. (2009). *Une histoire de la langue de bois.* Paris : Flammarion.
[119] Le sens de cette phrase peut être traduite de manière approximative comme : 'peu importe qui soit impliqué, on ne reculera pas', ou bien 'celui qui doit tomber tombera, peu importe ce dont il s'agit'.

célébrités politiques et du spectacle. Le chroniqueur, une sorte de journaliste satirique, se faufile dans des réunions officielles sans invitation, pose des questions politiquement incorrectes dans des conférences de presse, et s'adresse à l'homme politique, l'acteur ou le citoyen en se servant du même registre de langue.

L'entremêlement entre le politique et le non politique ne surprend guère plus, phénomène qui est accompagné par une transposition et un mélange des genres dans les productions médiatiques, ce qui favorise une présentation plus ludique et légère du contenu politique[120]. Cela a été le cas, par exemple, de l'émission française *Pour qui voter ?* diffusée lors de la campagne pour les élections régionales en 2004 en France, qui reprend le format des jeux télévisés. Quatre candidats politiques de différents partis sont invités à participer au jeu proposé, qui consiste à identifier leurs programmes à partir des questions qui leur sont posées, et s'y prononcer dans un temps de parole très strict. La participation des politiques à la télévision ne se limite donc plus à des émissions politiques rénovées. Leur présence devient de plus en plus commune dans des talk-shows ou des émissions de variétés, où les médiateurs ne sont pas des journalistes mais des animateurs.

L'ouverture que l'homme politique fait de sa vie personnelle devient partie de sa stratégie de communication qui exige une certaine « complicité » avec les médias, car si le premier a besoin de ceux-ci pour attirer l'attention et obtenir le soutien des citoyens, les deuxièmes ont besoin de gagner de l'audience.

La vedettisation de la politique impose un glissement des thèmes traités dans les médias vers les individualités politiques, faisant de celles-ci des *personnages* parmi d'autres du monde médiatique. Cet accent mis sur le personnel conduit à éliminer des thèmes complexes qui se prêtent mal à un tel traitement. Face à la complexité s'imposent l'anecdote et l'événementiel, avec un regard plus rapide, direct et court des faits politiques, ce qui introduit, comme le signale Dominique Wolton[121], une contradiction avec les temps dont la démocratie a besoin pour fonctionner. En syntonie avec cette « tyrannie de l'événement » critiqué par D. Wolton, pour Frédéric Antoine[122], les passages de l'abstraction de l'idée au témoignage et à l'exemplification constituent un des tournants majeurs de l'écriture télévisuelle, qui a sans doute influé sur l'écriture médiatique dans l'ensemble.

La scène publique est assimilée à une scène de théâtre, où l'homme politique doit être à la fois acteur, personnage et personne : « comme personnage, il joue pleinement son rôle d'homme politique en relation avec ses fonctions, comme acteur, il montre son visage, voire son charisme ; comme personne –discrètement distillée-, il montre qu'il n'en est pas moins un être humain avec les sentiments de tout un chacun », assure Patrick Charaudeau[123].

Au binôme politique et médias, plusieurs spécialistes proposent plutôt la triade hommes politiques – média – sondages, tant ces derniers sont devenus importants dans la scène politique, au point que s'est installé le débat autour du rôle qu'ils jouent dans la formation de l'opinion publique[124]. A travers les sondages, certains entendent réduire la

[120] Nous reviendrons sur la transposition de genres dans la section 3.1.
[121] D. Wolton. (2005). Les contradictions de l'espace public médiatisé. *Hermès 10*, 1991.
[122] F. Antoine. (2005). Modèles télévisuels et évolutions de la place du politique à la télévision. *Recherches en communication 24*, p. 44.
[123] P. Charaudeau. (2005). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Paris : Vuibert, p. 221.
[124] J. Vebret et I. Labarre. (1995). « Les sondages mesurent l'opinion, ils ne la créent pas ». Un entretien avec Jérôme Jaffré. Vice-Président de la Soffres. *Médiaspouvoirs 38*.

brèche entre les gouvernants et les citoyens, redonnant à ces derniers la parole. D'autres, en échange, alertent sur les procédures utilisées dans les études d'opinion (les réponses dépendent de la façon de formuler les questions, par exemple) ainsi que sur la volatilité et la fragilité des opinions relevées[125].

La visibilité médiatique est, comme nous l'avons vu, indispensable pour tout homme et toute femme politique et l'image qu'il ou elle projette dans la société par l'intermédiaire des médias fait alors l'objet d'un travail qui réunit des spécialistes en politique et en communication et marketing politique. Or, qu'est-ce qu'on entend quand on parle de l'image médiatique d'un homme politique ?

2.2 Image, représentation, image médiatique

Nous avons jusqu'à présent eu recours à deux acceptions différentes de la notion polysémique d'*image* qu'il convient ici de préciser. D'une part, l'image en tant que document diffusé dans un support variable, d'autre part, l'image comme représentation mentale. Bien que distinctes, elles « sont toutes deux des reconstructions et non des reproductions de la réalité »[126]. La première, « image matérielle »[127], est le résultat de l'itinéraire qui va de la réalité environnante à la perception visuelle, et elle établit la construction d'une nouvelle réalité physique, dont l'apparence est en rapport étroit avec le modèle qui lui donne origine.

Dans le domaine où nous travaillons, ces deux *images médiatiques* ne sont pas indépendantes. Les images qui circulent dans les médias à travers de divers supports visuels (dessins, photographies, vidéos) sont des représentations plus ou moins analogues à un référent externe[128]. Elles constituent une sorte de « représentation-objet ». Avec d'autres unités signifiantes écrites, sonores, etc., elles contribuent à construire une image mentale d'un individu ou groupe, c'est-à-dire, une impression globale (positive ou négative) construite par le public sur quelqu'un. Depuis la psychologie sociale, Serge Moscovici[129] conçoit l'image comme une sorte de « sensation mentale », un ensemble d'impressions que le monde externe exprime dans nos cerveaux. Ces images font partie de notre mémoire, elles nous protègent des changements constants en fournissant une perception de continuité. Elles opèrent comme un filtre, un « écran sélectif » à partir duquel nous retenons certains messages au détriment d'autres.

Dans le champ politique, « l'individu politique est perçu par les citoyens en tant qu'image ; et cette image n'est autre qu'une sorte de miroir plus ou moins déformant de la personnalité du politique en question »[130], signale Christine Errera. « Ladite image constitue

[125] G. Sartori. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid : Tauros.
[126] J.-P.Gourevitch. (1998). *L'image en politique. De Luther à Internet et de l'affiche au clip.* Paris : Hachette, p. 11.
[127] M. Alonso Erausquín. (1995). *Fotoperiodismo: formas y códigos*. Madrid: Síntesis.
[128] Nous ne réaliserons pas une incursion dans le débat autour du caractère iconique, indiciel et symbolique de l'image. A ce propos, consulter, par exemple, M. T. Dalmasso. (1996). *¿Qué imagen, de qué mundo ? El hombre y las lecturas de la imagen : ícono, símbolo, índice, cosa o mero simulacro.* Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
[129] S. Moscovici. (1976).*La psychanalyse, son image et son public*. Paris : P.U.F.
[130] C. Errera. (2003). La construction des images médiatiques des hommes politiques. Thèse doctorale en Sciences Politiques. Université de Bordeaux 4, p. 168.

un signe distinctif, une sorte d'image de marque qui facilite le positionnement –et donc l'identification- de tout individu sur la scène politique » (2003 : 30).

La construction d'une image positive de l'homme politique auprès de l'électorat est une tâche difficile à charge des spécialistes en communication et marketing politique. Elle repose sur deux principes fondamentaux : en premier lieu, exploiter les atouts de sa personnalité, et deuxièmement, assurer la cohérence entre sa personnalité et l'image que l'on a choisi de transmettre. Philippe Maarek identifie ce processus de construction comme étant subjectif, lent et complexe. L'image se construit autant à l'émission qu'à la réception et même si elle fait l'objet d'une stratégie souvent très soignée et réfléchie, « elle n'est véritablement formée que lorsqu'elle a été appréciée, ressentie, par les destinataires de la communication (…) 'L'image' au final de l'homme politique, par construction, sera la résultante de l'ensemble des images subjectivement recomposées par l'ensemble des destinataires, volontaires ou non, de sa communication »[131].

L'image médiatique n'est pas facile à saisir car elle est hétéroclite : non seulement il faut faire la distinction entre la nature de l'émetteur –il y a d'une part, l'image que l'homme politique veut projeter et d'autre part, l'image que les médias lui imposent- mais aussi l'image qui circule dans les médias diffère selon leur vision du monde, leur contrat de lecture (voir le chapitre 4), etc. Même si un journal de presse réunit un ensemble de subjectivités, chacun avec une histoire personnelle, il existe, plus implicitement qu'il soit, une certaine ligne éditoriale qui confère une unité plus ou moins définie à cette addition d'individualités (voir la section 3.3.6.). Ceci légitime notre tâche de prétendre rendre compte de l'image que *Le Canard enchaîné* attribue au Président Chirac et que *Sátira/12* attribue au Président Menem pendant des périodes historiques spécifiques.

2.3 L'*ethos*, un entrecroisement de regards

Quand on parle de l'image d'un homme politique, la notion d'*ethos* apparaît comme centrale. Elle fait partie de la triade proposée par Aristote pour faire référence aux moyens discursifs utilisés par l'orateur avec une finalité persuasive : le *logos* correspond aux arguments rationnels qui servent à convaincre, le *pathos* et l'*ethos* cherchent tous deux à émouvoir mais alors que le premier engage notamment l'auditeur, le deuxième engage l'orateur.

Le Groupe µ définit l'ethos comme « un état affectif suscité chez le récepteur par un message particulier »[132], c'est la réponse, la « réaction » de l'auditeur à certains stimuli. Patrick Charaudeau (2005b), pour sa part, développe cette notion en tant qu'image de soi, en proposant de dépasser l'ancien débat sur le caractère construit ou préconstruit de celui-ci : est-ce que cette image correspond au locuteur, personne réelle, indépendamment de l'acte de parole dans lequel il s'engage ? Ou est-ce qu'elle correspond à l'énonciateur, entité discursive ? On peut constater que si le Groupe µ met l'accent sur le destinataire, P.

[131] P. Maarek. (2001). *Communication et marketing de l'homme politique.* Paris : Litec, p. 68.
[132] Groupe µ. (1982). *Rhétorique générale.* Paris : Larousse, p. 147.

Charaudeau le met sur l'énonciateur. Ceci vient du fait que, comme ce dernier l'affirme, l'ethos répond à une double articulation.

> « L'ethos est affaire de croissement de regards : regard de l'autre sur celui qui parle, regard de celui qui parle sur la façon dont il pense que l'autre le voit. Or, cet autre, pour construire l'image du sujet parlant, s'appuie à la fois sur des données préexistantes au discours –ce qu'il sait a priori du locuteur- et sur celles apportées par l'acte de langage lui-même » (2005 : 88).

Le processus de construction de l'ethos est, comme on peut l'apprécier, bien complexe. Il comprend simultanément : 1) l'image que le locuteur projette de soi-même, en rapport avec 2) l'image qu'il croit que l'interlocuteur a de lui ; 3) l'image que l'interlocuteur a au préalable du locuteur ; et 4) l'image que l'interlocuteur se fait lors de l'acte de communication. Mais en plus, ce que le locuteur dit n'est pas forcément le reflet de ce qu'il pense, comme nous le verrons dans le chapitre 4. L'ethos se construit autant par ce qu'on dit que par la manière de le dire : les expressions du visage, les gestes, le ton de la voix… La communication non verbale fait l'objet, en effet, d'un volume croissant des recherches[133]. A ces composantes il faut aussi ajouter les traits de caractère personnels, qui jouent un rôle central dans l'image médiatique de l'homme politique, comme nous le verrons un peu plus bas.

L'ethos est une stratégie capitale du discours politique. Dans une étude sur les portraits des candidats à l'élection présidentielle de 2002, Hugues Constantin de Chanay présente cinq qualités d'ethos, les trois premiers aristotéliciens : la compétence, la vertu et la bienveillance, la quatrième ajouté à l'Âge classique, la modestie, et une cinquième qu'il propose, « une sorte de juvénilité », lié au dynamisme mais aussi à « l'argument par l'âge »[134].

En syntonie avec ceci, P. Charaudeau élabore une classification sur les attributs qu'un homme politique essaie de projeter ou projette de soi-même à l'auditoire. Il identifie deux catégories principales : l'**ethos de crédibilité** et **l'ethos d'identification**. Tout homme politique doit être crédible et en même temps provoquer l'adhésion de l'auditoire. L'adhésion aux idées n'a pas lieu sans que l'on adhère à sa personne.

A l'égard de l'ethos de crédibilité, il mentionne trois conditions nécessaires : de sincérité ou de transparence (ce que la personne dit doit être en accord avec ce qu'elle pense), de performance (la personne a les instruments nécessaires pour mettre en pratique ce qu'elle profère ou promet), et d'efficacité (ce qu'elle met en pratique est suivi d'effet). Au sein de l'ethos de crédibilité, P. Charaudeau identifie trois ethos : l'ethos de sérieux (contraire à la frivolité) ; l'ethos de vertu (sincérité, fidélité et honnêteté) ; et l'ethos de compétence (connaissances et savoir faire).

En ce qui concerne l'ethos d'identification, il distingue l'ethos de puissance (se montrer actif et comme « un homme d'actes », utiliser le corps comme preuve de vérité), l'ethos de caractère (l'esprit s'exprime avec force et courage mais avec un contrôle de soi), l'ethos d'intelligence (l'image d'une personne cultivée et rusée -habile et discrète- peut

[133] Se reporter, entre autres, aux travaux de G. Calbris dont (2003). *L'expression gestuelle de la pensée d'un homme politique*. Paris : CNRS éditions; le livre dirigé par R. Ghiglione. (1989). *Je vous ai compris. Ou l'analyse des discours politique.* Paris : Armand Collin; l'article synthétique de T. Giasson. (2006). Les politiciens maîtrisent-ils leur image ? Analyse des représentations visuelles souhaitées et projetées par les leaders politiques canadiens dans le débat télévisé électoral 2000. *Communication 25 (1).*

[134] H. Constantin de Chanay. (2005). « Je m'engage sur l'avenir » : de l'éthos dans les portraits des candidats à l'élection présidentielle de 2002 *in* J.-C. Seguin (éd.), Image et pouvoir, Lyon : Grimh-LCE-Grimia.

réveiller l'identification de l'autre), l'ethos d'humanité (montrer que l'on a des sentiments, être compatissant envers les maux des autres, savoir avouer ses faiblesses, mais aussi faire connaître ses goûts personnels), l'ethos de « chef » (il existe une relation de dépendance de la part des citoyens envers l'homme politique, plus ou moins forte, basée sur un caractère plus ou moins autoritaire) et enfin, l'ethos de « solidarité » (volonté d'être avec les autres membres du groupe, montrer que l'on partage et défend leurs opinions, être à l'écoute).

A partir de l'articulation des différents ethos, une « identité globale » émerge. Elle peut être le résultat d'une caractérisation homogène (un seul ethos prédomine) ou composite, quand elle repose sur plusieurs dimensions (Constantin de Chanay, 2005). De ce que nous venons de voir, il est évident de constater à quel point cette image médiatique de l'homme politique repose en bonne partie sur les traits de personnalité qui lui sont attribués. La prise en considération des études sur des traits en psychologie politique nous permettra d'approfondir cette classification d'ethos faite par P. Charaudeau.

2.4 Les apports de la psychologie politique pour l'étude de l'image de l'homme politique

Les effets de personnalisation et vedettisation décrits plus haut entraînent un intérêt croissant pour les traits de personnalité ou de caractère de l'homme ou de la femme politique, au point qu'ils sont devenus des composants basiques dans leur image. Non seulement les jugements sur ces traits se construisent de manière spontanée mais ils tendent aussi à rester plus longtemps dans la mémoire (Funk, 1996). Diverses études menées il y a quelques décennies dans le domaine de la psychologie politique, ont démontré que l'opinion que les électeurs ont sur la personnalité des hommes et des femmes politiques a une influence considérable dans le vote électoral, équivalente ou supérieure à l'affiliation politique et à la position que les candidats présentent sur des thèmes d'actualité et de débat (Miller et Miller, 1976; Miller *et al.*, 1986; Kinder *et al.*, 1980; Glass, 1985)[135].

Fondée en tant que discipline moderne pendant la période de l'entre-deux-guerres, la psychologie politique s'intéresse aux interactions entre des processus psychologiques et politiques. Elle essaie de voir de quelle manière les processus psychologiques individuels et sociaux –tels que la motivation, le conflit, la perception, la cognition, l'apprentissage, la socialisation, la formation d'attitudes et la dynamique de groupe-, ainsi que la personnalité individuelle et les psychopathologies, influent sur le comportement politique[136]. Ses champs de recherche sont nombreux et comprennent, en gros, des études centrées sur l'individu en tant qu'acteur politique, sur les mouvements politiques, les leaders politiques, et les relations politiques inter-groupales.

Un courant d'étude focalise sur le comportement politique des électeurs et particulièrement, sur l'évaluation qu'ils font des attributs personnels des candidats[137]. Ce

[135] Caprara et Zimbardo, cité par C. Barbaranelli *et al.*, 2007.
[136] M. Deutsch et C. Kinvall. (2002). What is Political Psychology? *in* K. Renwick Monroe (dir.). *Political Psychology*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
[137] Pour le développement des paragraphes qui suivent, nous avons consulté avec profit l'article Le poids de l'image des candidats dans la décision des électeurs de Delphine Baillergeau. URL : http://blog-

courant s'est développé, comme on pourra le constater, d'une manière considérable aux Etats-Unis et sa tradition dans d'autres pays est plus récente. Nous ferons une révision sur certains de ces travaux qui nous seront d'une grande utilité dans l'élaboration d'une dimension majeure de nos analyses centrées sur la construction de l'image présidentielle : les traits de caractère attribués aux personnages considérés, que nous présenterons dans le chapitre 5.

Dans son article *Understanding trait inferences in candidate images*, Carolyn Funk (1996) rend compte des trois lignes de recherche qui se sont attaquées aux dimensions étant à la base des jugements sur les traits des hommes politiques portés par les électeurs. Il faut dire que même s'il y a un accord assez général parmi les spécialistes sur le fait que ces jugements s'encadrent dans quelques catégories, il y a peu de consensus par rapport au contenu de ces catégories[138].

La première de ces lignes de recherche s'est servie des méthodes d'escale multidimensionnelle afin d'étudier la manière dont les gens associent des traits de caractère. Cette ligne est parvenue à deux traits de caractère principaux : la sociabilité et la compétence intellectuelle. Rosemberg, Nelson et Vivekananthan[139] ont étudié les traits positifs et les traits négatifs que les personnes enquêtées associaient à ces deux dimensions principales. A l'intérieur de la sociabilité, ils ont identifié comme traits positifs le fait d'être heureux, sociable, chaleureux, honnête, sincère, naturel et serviable ; et comme traits négatifs, le fait d'être ennuyeux, malheureux, malhonnête, irritable, morose, et impopulaire. En ce qui concerne la compétence intellectuelle, parmi les traits positifs détectés il faut citer le fait d'être habile, déterminé, ingénieux, intelligent ; et parmi les traits négatifs, le fait d'être impulsif, fastidieux, soumis, naïf, maladroit, gaspilleur, frivole et non intelligent.

Une deuxième ligne de recherche s'est appuyée sur des analyses factorielles des questions ouvertes portant sur les leaders politiques. Parmi les auteurs qui se trouvent dans cet axe de recherche, Arthur Miller et ses collègues (1986) ont étudié les réponses aux questions ouvertes à propos de l'évaluation que les électeurs ont fait des candidats dans les enquêtes de l'organisme états-unien *National Electoral Studies*, de 1950 à 1984. Au lieu de partir d'une catégorisation préconstruite sur la base des connaissances du chercheur, ils se sont basés sur les données empiriques, c'est-à-dire, sur la façon dont les personnes enquêtées ont structuré leurs jugements sur les traits personnels des candidats. A. Miller et ses collaborateurs sont ainsi parvenus à cinq dimensions. La première est nommée **compétence**, et fait référence à l'expérience politique du candidat, sa capacité de gouverner, sa compréhension des sujets politiques et son intelligence. Une deuxième catégorie a été identifiée comme **intégrité** et inclut des caractéristiques telles que l'honnêteté et la sincérité et des références à la corruption dans les gouvernements. La troisième catégorie est la **fiabilité**, dont les attributs saillants sont : être consistant, fort, travailleur, résolu et agressif. La quatrième dimension, le **charisme**, comprend des qualités comme le leadership, la dignité, l'humilité, le patriotisme, la capacité de communiquer et d'avoir de bons rapports avec les autres, ainsi que d'inspirer les gens. La dernière est une catégorie regroupant d'autres caractéristiques personnelles, telles

---

art.com/delphinebaillergeau/category/comportement-electoral. L'auteur présente un panorama général sur le domaine du comportement électoral et mentionne plusieurs des auteurs que nous avons consultés par la suite.

[138] C. Funk. (1997). Implications of Political Expertise in Candidate Trait Evaluations. *Political Research Quarterly 50 (3).*

[139] S. Rosemberg, C. Nelson et P.S. Vivekananthan, cité par C. Funk, 1996.

que l'âge, l'état de santé, la religion, la fortune et les occupations professionnelles précédentes. La catégorie fiabilité est plus liée à la capacité professionnelle d'un candidat à accomplir les tâches de sa fonction, servant ainsi aux intérêts publics, alors que la catégorie intégrité fait référence à l'honnêteté et sincérité du candidat (Miller et Miller, 1976). Les résultats des analyses factorielles ont mis en évidence le fait que les gens ont partagé, au fil des 34 années étudiées, des expectatives communes par rapport aux qualités qu'ils considèrent qu'un candidat présidentiel devrait avoir. Leurs commentaires ont été liés notamment aux dimensions de compétence, intégrité et fiabilité. Et de ces trois, ce sont des remarques concernant la compétence des candidats les plus récurrentes.

Dans la troisième ligne de recherche, on trouve enfin, le travail de Donald Kinder et ses collaborateurs (1980), qui se sont centrés sur les traits que les citoyens qualifient comme définissant le mieux un président exemplaire. Les qualités les plus importantes ont été regroupées dans deux dimensions : la personnalité et la performance. Le tableau présenté par les auteurs pour rendre compte du profil d'un Président idéal est reproduit dans les annexes (section 2.1.). Les résultats de ce travail montrent que la compétence et la fiabilité sont les qualités les plus importantes. La compétence comprend non seulement une personne intelligente et apte techniquement (avoir des connaissances et de bons conseillers) mais aussi la capacité de faire face aux décisions difficiles et de prendre en main des problèmes considérables (pourvu d'un fort leadership). Un président idéal doit également être fiable, honnête et avoir une ouverture d'esprit, sans être ambitieux du pouvoir. Il doit donner le bon exemple et respecter les lois.

Dans un article postérieur, D. Kinder[140] prend comme point de départ l'idée que les gens cherchent dans leurs leaders ce qu'ils cherchent dans leurs amis. Les deux dimensions essentielles identifiées à ce sujet par les chercheurs en psychologie sociale sont la compétence et la sociabilité. Mais l'auteur ne se contente pas de ces deux dimensions et va plus loin. Il affirme que quand les électeurs font référence à la compétence d'un candidat, ils différencient les capacités techniques des capacités de leadership. L'auteur opte pour diviser la dimension de compétence en deux : compétence et leadership. Ensuite, comme les électeurs font une différence entre le fait de donner un bon exemple moral au pays et le fait d'être compatissant et à l'écoute des autres, D. Kinder distingue entre l'intégrité et l'empathie. Ainsi, il définit quatre dimensions sur lesquelles reposent les traits fondamentaux des candidats présidentiels. Voici ces dimensions, avec leurs traits positifs et négatifs :

- la **compétence** (comme traits positifs : travailleur, possédant des connaissances et intelligent ; parmi les traits négatifs : avoir peu d'expérience, se tromper fréquemment, ne pas être qualifié)
- le **leadership** (traits positifs : inspirateur, pourvu d'un fort leadership, fait respecter les ordres ; traits négatifs : faible, influençable, incertain)
- l'**intégrité** (traits positifs : décent, a le sens de la morale, donne le bon exemple ; traits négatifs : malhonnête, menteur, avide de pouvoir)
- l'**empathie** (traits positifs : compatissant, gentil, « s'occupe des gens comme vous » ; traits négatifs : « ne nous comprend pas », inaccessible, injuste).

[140] D. KINDER. (1986). « Presidential Character Revisited », *in* R. LAV et D. SEARS (eds.). *Political Cognition*., The 19th Annual Carnegie Symposium on Cognition.

C. Funk a souligné que la compétence est apparue de façon consistante comme une catégorie séparable des autres dans les études correspondant aux trois courants de recherche. Les chercheurs du comportement électoral sont à ce sujet unanimes. De plus, des travaux divers ont démontré que la compétence est universellement importante dans les évaluations que l'on fait des autres. Par contre, l'auteur assure que les autres dimensions sont interliées. Pour elle, elles sont trois les dimensions les moins superposables et qui représentent le mieux les évaluations portant sur les candidats, à savoir : la compétence, la fiabilité (ou l'intégrité) et la chaleur (ou la sociabilité).

Nous avons fait attention aux différentes catégories relevées dans les dimensions de caractère évoqués par les auteurs cités car nous ferons recours à elles pour définir notre système catégoriel.

Une approche plus communicationnelle des traits de personnalité vient de la thèse de Christine Errera, où elle s'intéresse au processus de construction de l'image médiatique des hommes et des femmes politiques à partir de l'analyse d'un corpus de presse (magazines français). En prenant comme point de départ la définition du *caractère* comme « un ensemble de caractéristiques à partir desquelles peut être appréhendé et jugé un individu » (2003 : 169), elle propose d'étudier sa structure à l'aide de deux catégories : la première s'appelle « les mythes fondateurs » et regroupe « des caractéristiques fortes jouant un rôle particulièrement déterminant dans le comportement de l'individu ou dans son appréciation » (2003 : 170-171). La deuxième rassemble des « traits forts », qui se divisent en qualités individuelles et qualités sociales. Nous reviendrons sur ce schéma quand nous traiterons de manière spécifique l'image construite autour du Président Jacques Chirac dans le chapitre 12.

Se centrant sur l'image médiatique de Lionel Jospin comme Premier Ministre, Anne Bonny[141] propose trois paramètres pour son analyse, qui croisent des traits de caractère : des paramètres intellectuels (réflexion, culture, bon sens), des paramètres moraux et humains (jugement qualitatif sur le plan humain qui obéit aux règles d'un code social défini) et visuels (liés à l'apparence physique qui agit sur l'attribution d'un caractère).

D'une approche centrée sur les traits que les électeurs apprécient chez les candidats politiques, nous passons progressivement à considérer l'image médiatique telle qu'elle est construite par les médias, domaine sur lequel nous consacrerons la section suivante.

2.5 Du reflet du réel à la construction médiatique

Deux conceptions opposées nourrissent la vision que l'on porte sur le travail des médias d'information. Le modèle simplifié et linéaire sur le flux communicationnel de Shannon a été complètement dépassé par une vision plus intégrative, qui incorpore, entre autres, la chaîne de rétroalimentation qui engage activement les « récepteurs ». Cette vision

[141] A. Bonnie. (2001). L'image médiatique de l'homme politique à travers la presse écrite nationale. L'exemple de Lionel Jospin, Premier Ministre. Mémoire de DEA en Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA, Universidad Paris IV-Sorbonne, Paris.

plutôt naïve[142] qui veut voir dans la fonction des médias un simple « transfert » de ce qui se passe dans le monde semblerait rester pourtant sous-jacente, comme une idée « toute faite »[143] présente dans une partie de l'imaginaire social, si ce n'est que comme un modèle idéal visant à un traitement « objectif » de l'information. La montée en puissance d'un discours médiatique qui se contemple à soi-même, qui met en exergue ses formes de productions, ses mises en scène, confronte au format classique qui essaye d'effacer les traces de toute subjectivité, qui se veut un moyen transparent, un simple reflet fidèle de ce qui a lieu dans le monde.

Puisque nous ne pouvons pas expérimenter personnellement l'immensité des faits qui se passent dans la vie quotidienne, nous sommes forcés à croire que ce que les médias d'information disent et montrent est « vrai ». La question de crédibilité devient donc centrale pour les médias. Il s'agit pour eux de produire un effet de vraisemblance dans la reconstitution d'un fait, c'est-à-dire, de « tenter de faire croire que ce qui est rapporté relève de la reconstitution la plus probable, le dit se voulant le plus fidèle possible au fait tel qu'il s'est réalisé » (Charaudeau, 2005a : 72). La confiance que nous plaçons dans un média, dans un journaliste, est une affaire qui exige du temps. Comme dit Eliseo Verón[144], ce n'est pas parce que nous avons constaté un discours comme vrai que nous y croyons, nous y croyons parce que nous le considérons comme vrai. Cette confiance est le fruit d'un contrat médiatique particulier construit avec le récepteur, à partir duquel ce dernier légitime le discours journalistique. Pour Lucrecia Escudero Chauvel, « c'est dans l'organisation de ce vrai topique narratif, celui de 'raconter la véracité des faits', où l'on peut localiser la force des médias comme institution sociale »[145].

Pourtant, on sait bien que les médias, comme ensemble, présentent une vision parcellaire de l'actualité, en privilégiant certains sujets au détriment d'autres (*agenda setting*). Gagner une visibilité médiatique est devenu l'enjeu central pour tous ceux qui veulent être entendus et pris en considération au sein d'une société. L'actualité comme réalité sociale existe *dans* et *par* les médias informatifs, rappelle Eliseo Verón (1981), ce qui veut dire que les faits sociaux n'existent pas de manière indépendante au *traitement* médiatique, à la *construction* médiatique.

Les médias choisissent aussi les angles à partir desquels ils rendront compte d'un fait, et il y a autant d'angles qu'il y a de journaux, d'émissions de radio et de chaînes de télévision. Chaque média présente *une* vision du monde, parmi tant d'autres possibles. Il n'y a pas donc un seul discours informatif mais un « aggloméré de types de discours »[146], qui varient selon le genre discursif, la stratégie énonciative, l'idéologie « conductrice ». Une multiplicité de récits

---

[142] L'apport de Shanon a été très significatif dans plusieurs domaines dans les sciences exactes et naturelles, en plus des sciences humaines et sociales. Il faut ici signaler que Shanon était mathématicien et ingénieur électricien et que son objectif était, comme postulent Armand et Michèle Mattelart, de « dessiner le cadre mathématique à l'intérieur duquel il est possible de quantifier le coût d'un message, d'une communication entre les deux pôles de ce système, en présence de perturbations aléatoires, dites 'bruits', indésirables parce qu'empêchant l' 'isomorphisme', la pleine correspondance entre les deux pôles » (*Histoire des théories de la communication*. Paris : La Découverte, 2002, p.32).

[143] P. Charaudeau. (2005). *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours.* Bruxelles : De Boeck.

[144] E. Verón. (1981). *Construire l'événement. Les medias et l'accident de Three Mile Island.* Paris : Minuit.

[145] L. Escudero Chauvel. (1996). *Malvinas : el gran relato. Fuentes y rumores en la información de guerra*. Barcelona: Gedisa.

[146] H. Putnam, 1987, cité par L. Escudero Chauvel, 1996.

circulent à travers les médias faisant partie d'une *sémiosis* sans fin, car elle se construit en permanence à partir des renvois successifs de journaliste à journaliste, de média à média, jour après jour. Avec E. Verón, nous entendons la sémiosis comme « une dimension signifiante des phénomènes sociaux »[147] qui comprend autant les instances de production comme celles de reconnaissance ou d'interprétation.

Si le traitement médiatique, la représentation qui est faite du réel est une construction, on peut penser l'homme politique médiatisé comme un personnage. Ce personnage souffre des modifications, depuis la conception et la planification communicationnelle de la part des experts en marketing et communication politique, à l'adaptation, appropriation et diffusion que les médias font de cette image, plus ou moins proche de celle originairement conçue. L'accent mis dans la personnalité et la vie intime des personnes publiques permet de se familiariser avec ces personnages. Jacques Pilhan, ancien conseiller des Présidents Mitterrand et Chirac, fait une analogie entre les personnages politiques et les personnages de feuilleton. « La règle de base de l'écriture d'un feuilleton télé est d'attribuer aux personnages un caractère simple et constant auquel vous devez vous tenir. L'image d'un homme politique obéit à la même règle. Les citoyens lui attribuent, consciemment ou inconsciemment, un caractère »[148]. Nous revenons ici à l'importance des traits de personnalité dans l'étude de l'image de l'homme politique.

De tous les individus politiques, cette thèse s'en occupe d'un en particulier, le dirigeant suprême dans toute République présidentielle[149]. Le Président reçoit naturellement un traitement médiatique préférentiel : sa visibilité est gagnée d'avance. Pour reprendre un terme de Charaudeau (2005a), il s'installe dès le départ une logique « d'événementialisation » car ses actions et déclarations vont avoir une grande transcendance politique et sociale. Autant ses actes de parole que leur absence, c'est-à-dire, son silence vis-à-vis d'un fait, font l'objet d'une événementialisation. En tant que figure exceptionnelle de la vie publique, le traitement de son image est une affaire bien complexe. Pour J. Pilhan, la structuration de cette image s'ordonne à partir de l'articulation de deux axes : « un axe vertical, si l'on veut, correspondant à la fonction symbolique, et un axe horizontal, correspondant à la simplicité, à la proximité, au degré de compréhension par le Président des préoccupations de la vie quotidienne » (1995 : 13). Nous verrons dans les parties de résultats de cette thèse, quels sont les axes centraux privilégiés par les journaux sélectionnés.

2.6 Récapitulatif

Beaucoup a été écrit sur l'incidence des médias, et notamment de la télévision, dans l'exercice politique, et même un terme spécifique rend compte de ce phénomène : la *vidéopolitique*. Plusieurs auteurs ont exprimé leur pessimisme, comme c'est le cas de Giovanni Sartori avec son *Homo videns* (1998) et de Roland Cayrol, qui qualifie de « dérive » le lien entre la démocratie et les médias et parle des « effets pervers » de ces derniers[150]. Au-

[147] E. Verón. (1987). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad.* Buenos Aires: Gedisa.
[148] J. Pilhan. (1995). L'écriture médiatique. *Le Débat 87*, p. 11.
[149] Pour le cas particulier de la France, voir la section 6.1.
[150] R. Cayrol. (1997). *Médias et démocratie : la dérive.* Paris : Presses de Sciences-Po.

delà des appréciations négatives, ce qui est certain c'est que ce phénomène est irréversible. C'est la raison pour laquelle nous nous sommes attachée à analyser sa portée pour mieux comprendre les enjeux actuels et à venir dans la scène médiatique. L'accent a été mis dans la télévision mais aucun média n'est étranger aux mutations profondes qui bouleversent autant la façon de faire de la politique que de la communiquer.

Les transformations technologiques ont une énorme répercussion sociale et politique, à partir de nouvelles formes esthétiques dominées par une logique qui articule l'image en mouvement et le son : des cadrages rapides, des temps de parole plus courts, une abondance de gros plans, une interpellation plus directe. Ces formes introduisent des changements dans la rhétorique argumentative, qui se simplifie et entre dans une quête d'impact, où les petites phrases font sensation. Comme l'affirme Rémy Rieffel, « la rhétorique médiatique est devenue une esthétique de la séduction »[151]. La télévision impose un rythme plus rapide qui s'oppose aux temps plus lents de la démocratie.

La vidéopolitique s'unit à un processus de vedettisation, de « peopolisation » et de spectacularisation à partir desquels l'exercice politique est appréhendé à travers quelques visages. Le pouvoir se désacralise et les hommes et femmes politiques se montrent « humains », avec des problèmes, des habitudes et des goûts comme le commun des mortels. Néanmoins, cette proximité doit nécessairement s'associer à une image d'expertise et de qualités exceptionnelles. L'homme politique doit communiquer en même temps le message « je suis comme vous mais je ne suis pas comme vous »[152]. L'image physique compte de plus en plus et les personnes publiques n'hésitent pas à consulter des experts en image sur le *look* qu'elles doivent adopter.

Dans ce régime de visibilité médiatique, il faut se montrer, il faut *savoir* se montrer, en acceptant le jeu qui leur est proposé. C'est à travers les médias que l'opinion publique se constitue. L'homme politique joue un rôle devant les médias, il dramatise selon les règles du spectacle, il incarne un personnage qui se veut connaisseur et expérimenté (compétence), honnête et sincère (intégrité), déterminé et crédible (fiabilité) et à la fois leader (charisme) et proche des gens et de leurs problèmes (empathie), pour reprendre certaines des dimensions identifiées par des experts en psychologie politique dans leurs études sur les traits de caractères saillants d'un candidat ou dirigeant idéal.

Prendre en considération cette conjoncture est indispensable pour analyser la construction de l'image médiatique de l'homme politique car même si nous nous intéressons à la presse satirique, aucun organe de presse n'est exempt des phénomènes décrits. *Le Canard enchaîné* et *Sátira/12* font souvent référence à la spectacularisation de la politique et portent un regard critique envers les individus politiques et les médias qui mettent le sensationnalisme et la banalisation devant le vrai débat politique.

Nous avons vu que la construction de l'image médiatique est un processus d'une énorme complexité dans lequel celle-ci se voit modifiée au cours de trois instances. Premièrement, il faut compter l'image que l'homme politique -avec l'aide des experts en communication et marketing politique- veut projeter, basée en partie sur l'image qu'il croit que les autres ont de lui (deuxième instance). Cette image peut différer dans un degré plus ou

[151] R. Rieffel. (2005). *Sociologie des médias.* Paris : Ellipses, p. 12.
[152] B. Sarlo. (1996). *Instantáneas: medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*. Buenos Aires: Ariel.

moins important selon le média qui la fait circuler : l'image choisie au préalable n'est pas celle qui s'installe dans la scène médiatique. Dans une troisième instance, il y a l'image que le public élabore à partir de ce qu'il voit, lit et écoute. Non seulement il compte ici la prestation que l'individu politique fait à la télévision ou dans un autre média, mais l'image préconstruite que les citoyens ont déjà de lui. Il émerge de manière centrale la notion d'éthos, qui est le résultat d'une double identité : « le sens que véhicule nos paroles dépend à la fois de ce que nous sommes et de ce que nous disons » (Charaudeau, 2005b : 89).

Dans cette image qui circule, la personnalité de l'individu politique acquiert une place très importante, étant une des dimensions principales considérées par les électeurs. Le jugement sur les traits de caractère que ces derniers font des candidats gagne de plus en plus de terrain face à l'affiliation politique et au positionnement que les hommes publiques ont des sujets d'actualité.

L'homme politique s'ouvre au public à travers les médias, il accepte de participer à des émissions non politiques où c'est en bonne partie sa vie privée qui intéresse l'audience. Ceci a un coût politique important car ils sont confrontés à un traitement banal et désacralisé du discours politique, où le sérieux se mélange avec l'anecdote. Ils doivent montrer un bon sens de l'humour mais aussi une aptitude à l'autodérision. Quelle est la place de la satire dans cette conjoncture ? Comment réagissent les journalistes et dessinateurs satiriques face à ce bouleversement dans le traitement politique ?

Après avoir délimité un nombre important de formes du risible dans le premier chapitre, en proposant des éléments de définition et de caractérisation, et avoir réfléchi au cours de ces pages, autour du processus de construction de l'image médiatique des hommes politiques, nous nous consacrerons par la suite à situer la satire politique verbale et visuelle dans le contexte actuel, non sans examiner ses principes essentiels qui remontent aux temps lointains.

Chapitre 3 :

La satire et la caricature politiques : déconstruire pour reconstruire

Cet 'esprit satirique' (…), outre qu'il suscite l'émotion moqueuse du destinataire, traduit, chez l'auteur, une révolte, disons mieux : le refus d'être complice.

Roger Zuber, « Satire » *in Encyclopaedia universalis*, 1972.

Nous situons la satire et l'humour politiques dans un contexte caractérisé par la transposition de genres, dans lequel ces formes font irruption pour devenir presque omniprésentes dans une grande diversité de discours médiatiques (section 3.1.). Face à ceci, nous retournons aux principes basiques de la satire, dont certains datent des temps classiques (3.2.). Nous réalisons une incursion dans le terrain de la satire verbale et visuelle pour nous arrêter à la caricature et *strip* politiques, non sans avoir auparavant réfléchi autour de la pertinence d'autres expressions comme *dessin de presse* ou *d'actualité* et *dessin humoristique*. Après avoir présenté leurs éléments essentiels, nous proposons un modèle triadique pour l'étude de la caricature politique à une ou plusieurs vignettes en tant que discours hybride et symbiotique. Nous exposerons ensuite les deux journaux sur lesquels se centre cette thèse, *Le Canard enchaîné* et *Sátira/12* (3.3.). Un récapitulatif reprend certaines idées travaillées comme synthèse, enrichies de quelques belles citations (3.4.).

3.1 La satire à l'heure actuelle

Au qualificatif de *postmoderne* proposé par Jean-François Lyotard[153] en 1969, Omar Calabrese[154] propose celui de *néobaroque* pour aborder l'esthétique contemporaine. Ce n'est

[153] J.-F. Lyotard. (1979). *La Condition postmoderne : rapport sur le savoir*. Paris : Editions de Minuit.

pas un retour au baroque, nous prévient l'auteur. Pourtant, la définition qu'il fait du baroque, opposée à celle du classique, nous oriente sur ce qui sera sa proposition théorique. « Par classique nous entendrons substantiellement les 'catégorisations' des jugements fortement orientés aux homologations stablement ordonnées. Par baroque nous entendrons, en échange, les 'catégorisations' qui 'excitent' fortement l'ordre du système et le déstabilisent quelque part, le soumettant à turbulences et fluctuations »[155].

En analysant une grande diversité de phénomènes culturels, O. Calabrese réfléchit autour de l'esthétique néobaroque, à la quête des traces de l'énonciation. Nos temps contemporains se caractérisent par une « esthétique de la répétition » (« variation organisée, polycentrisme, irrégularité régulée et rythme frénétique ») ; par des essais de rupture des normes du système, des expérimentations de l'excès, des déplacements de frontières ; par le découpage visuel pour saisir le détail et la fragmentation, qui font perdre le repère d'une totalité ; par une consommation non linéale et souvent chaotique comme celle promue par le zapping, qui fait de l'interprétation des textes un « collage de fragments » ; par des représentations complexes, labyrinthiques ; par des citations détournées et perverties, par une récupération ambiguë et opaque du passé ; par l'instabilité et la métamorphose…

Nous retrouvons dans l'incursion qu'Oscar Landi[156] fait dans l'« esthétique du vidéoclip » plusieurs des idées présentées par O. Calabrese. O. Landi voit dans le vidéoclip la « métaphore parfaite de la postmodernité », le langage caractéristique de la fin du XX^{ème} siècle : fragmentation de la narration ; simultanéité et superpositions des images ; montages rapides ; déplacement du contexte originel des récits ; mélange des genres ; « synthèses de l'éphémère »… Ces temps postmodernes ou néobarroques sont sans doute le scénario d'une subversion de formes et de styles, d'une transposition de genres, d'un passage d'un langage à un autre langage, d'un support à un autre support ; phénomènes qui sont accentués par les médias. Le spectateur/récepteur est devenu un bricoleur, qui « doit actualiser et opérationnaliser son savoir dans chaque bricolage »[157], en parcourant une grande quantité de supports, en détectant des citations, en réécrivant dans chaque situation de lecture et reconnaissance.

D'après O. Steimberg[158], les effets énonciatifs de ces transpositions médiatiques produisent, dans le champ du risible, le passage d'une satire et d'une caricature politiques à des fortes composantes de dénonciation vers un « déploiement ludique », tourné vers l'énonciateur, où prédominent l'humour et l'auto-ironie. Dans *L'ère du vide*, Gilles Lipovetsky[159] qualifie le comique postmoderne comme une « loufoquerie gratuite et sans

---

[154] O. Calabrese. (1994). *La era neobarroca.* Madrid : Cátedra.

[155] Calabrese, 1994: 43. Phrase originale citée : "Por 'clásico' entenderemos sustancialmente las 'categorizaciones' de los juicios fuertemente orientadas a las homologaciones establemente ordenadas, por 'barroco' entenderemos, en cambio, las 'categorizaciones' que 'excitan' fuertemente el orden del sistema y lo desestabilizan por alguna parte, lo someten a turbulencias y fluctuación".

[156] O. Landi. (1992). *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente. Qué hace la gente con la televisión.* Buenos Aires: Planeta.

[157] O. Steimberg. (2003). Las dos direcciones de la enunciación transpositiva: el cambio de rumbo en la mediatización de relatos y géneros. *Figuraciones, 1*(2). Buenos Aires, Instituto Universitario Nacional del Arte et Ed. Asunto Impreso.

[158] O. Steimberg. (2004). Sobre algunas exhibiciones contemporáneas del trabajo sobre los géneros *in* Walter Bruno Berg et al (eds.), *Imágenes en vuelo, textos en fuga – Identidad y alteridad en el contexto de los géneros y los medios de comunicación*. Frankfurt am Main: Vervuert.

[159] G. Lipovetsky. (1989). *L'ère du vide.* Paris: Gallimard.

prétention » et le distingue des deux autres grands moments qui ont marqué l'évolution du comique: le Moyen Âge et l'Âge Classique. Comme nous l'avons vu dans la section 1.3.5., le Moyen Âge se caractérise par un comique de type carnavalesque, par un « réalisme grotesque » fondé sur le rabaissement du sublime, du pouvoir, du sacré, au moyen de représentations scatologiques, grossières, et de la parodie des grandes cultes religieux. Dans l'Âge Classique, en échange, il prévaut un esprit plus critique, où la satire, l'ironie, la caricature, le vaudeville, la fable et le comique classique s'attaquent aux mœurs et aux individualités. Le comique entre dans sa phase de désocialisation, se métamorphosant « en plaisir subjectif ». Le postmodernisme, quant à lui, se caractérise par une période de banalisation, où personne n'est prise au sérieux. On ne rit plus aux dépens d'autrui mais de nous même. Notre humanité, postule l'auteur, est « une humanité narcissique sans exubérance, sans rire, mais sursaturée de signes humoristiques ».

Dans ce contexte de chute des grands récits (Lyotard, 1979), la satire semble se banaliser, associée à un humour dépourvu d'une finalité moralisatrice. Une pseudo satire envahit les émissions de radio et de télévision, et même la présentation des contenus informatifs est teinte de micro-espaces d'humour, où les présentateurs font des blagues et commentent l'actualité.

Les journalistes et dessinateurs satiriques que nous avons interviewés dans le cadre de notre thèse (voir la section 5.4. et le chapitre 5 des annexes) considèrent que la satire n'a plus la place d'autrefois. Jacques Lamalle, ancien secrétaire général du *Canard enchaîné*, explique ceci par la perte de grands humoristes à cause des changements dans la société, plus orientée vers « l'anecdote, l'événementiel ». Le dessinateur René Pétillon va dans le même sens quand il parle d'une certaine banalisation de la satire, diluée par la généralisation à d'autres médias comme la télévision. Cette idée est élargie par le rédacteur en chef de l'hebdomadaire français, Erik Emptaz, qui soutient que même les journaux plus traditionnels

> « ont une certaine forme d'insolence. Parfois c'est de la fausse insolence. Je crois en revanche que ça fait du tort, à la fois à la politique et à la satire, cette espèce de fausse insolence qui consiste finalement à être dans le même courant (…) et de faire semblant de faire de petites moqueries bien gentilles mais qui ne mettent rien en cause. Ça c'est de la fausse satire. C'est un peu ce qu'à tendance à faire la télévision avec une espèce de semblant de moquerie qui va complètement dans le sens du pouvoir ».

Face à cette satire diluée et banalisée, *Le Canard enchaîné* émerge comme un cas d'anachronisme, avec sa visée justicière, son esprit toujours critique, son avidité d'accuser et de signaler ce qui ne va pas. Comment s'explique la survie –et même la très bonne santé !- de ce journal satirique ? À une époque de surabondance informative et d'une abondante offre médiatique, où les lecteurs sont en général volatiles, comment se fait-il que cet hebdomadaire compte toujours un lectorat si nombreux et fidèle ? Avec presque un siècle d'histoire, *Le Canard enchaîné* est un cas emblématique de la satire politique en France et même dans le monde. Certains estiment qu'il n'existerait pas un journal semblable étant donné sa grande richesse ; ce qui explique notre choix de faire une étude approfondie sur le processus de construction de l'image de la figure présidentielle prenant ce journal comme corpus de référence. Et afin d'avancer vers la validité de notre hypothèse sur l'humour transculturel, nous prendrons un cas argentin comme corpus d'application, le supplément *Sátira/12*, qui présente une trame discursive aussi intéressante.

Avant de présenter d'une manière plus développée ces deux journaux, nous reviendrons tout d'abord sur les principes de base de la satire et de la caricature politique et nous réfléchirons sur certaines caractéristiques distinctives de la caricature et le *strip* politiques comme discours hybrides et symbiotiques.

3.2 Principes basiques de la satire

Les supports de la satire ont évolué et se sont diversifiés mais comme nous l'avons signalé dans la section 1.3.8., plusieurs des caractéristiques de ce genre remontent à l'Antiquité et semblent être restées intactes au cours des siècles. A l'aide des auteurs consultés et des journalistes et dessinateurs satiriques interviewés, nous reprendrons ici certains traits distinctifs de la satire et du journalisme satirique.

▪ **Au milieu des discours offensifs et des discours comiques.** Les discours satiriques conjuguent des éléments des discours offensifs et des discours comiques. Ils s'attaquent à leur cible en dénonçant et critiquant leurs abus et excès ; ils adoptent un ton offensant et combatif jusqu'au point de rabaisser et mépriser la cible. Pour ce faire, la satire fait appel aux formes du comique. A travers le rire on relâche les défenses internes et on reste plus réceptifs aux agressions verbales ou visuelles. De par le recours qu'il fait au comique, le satiriste s'abrite derrière le caractère de « non sérieux » attribué au rire, ce qui lui permet d'aller plus loin dans la critique. Le rire devient ainsi un instrument clé de sa stratégie de persuasion. Avec Sophie Duval et Marc Martinez (2000), nous croyons que la satire se distingue des deux autres types de discours par sa **visée corrective**.

▪ **La norme morale, sa raison d'être.** La norme morale sur laquelle fonde son discours la satire est normalement implicite car autrement, elle deviendrait trop moraliste. Elle est présente de manière sous-jacente dans le texte et c'est au public de la dévoiler, en distinguant le sens réel qui se cache derrière le sens apparent. Pour y parvenir, il faut que le public assume, même si ce n'est que momentanément, le point de vue du satiriste. Ce processus d'interprétation est lui-même persuasif car la vision du monde que le public doit partager avec le satiriste est, par essence, déformée, biaisée et exagérée.

▪ **Un sentiment de vengeance, certes, mais avec ses limitations.** Avec le rire, la satire sert à faire une catharsis. A ce propos, le dessinateur Réné Pétillon assure: « on sent venger les abus de l'excès de pouvoir, les injustices. On est un petit peu des justiciers ». Le rédacteur en chef du *Canard enchaîné*, Claude Angeli parle aussi du profil vindicatif de la satire : « Les gens achètent le journal parce que ça les fait sourire ou ça les met en colère par rapport à une réalité qu'ils vivent. Ce n'est pas simplement décrire une réalité. Quand quelque chose s'est passée, ils sont contents qu'un journal qu'ils achètent mette en cause un homme politique, une situation politique ». Néanmoins, ils restent sceptiques par rapport aux conséquences de la critique : « Je ne pense pas que la critique, même très pertinente, fasse tomber un gouvernement. Je suis conscient des limites de notre pouvoir » (Pétillon). Le dessinateur

Cabu aussi, s'il voit dans la satire un peu le rôle du bouffon du roi d'autrefois, il ne croit plus aux grands rôles. « On ne peut pas changer le monde avec un dessin, ni avec une chanson. On peut simplement faire sourire trois secondes et puis voilà, mais c'est quand même important ».

▪ **Rire des hiérarchies.** Ce principe si caractéristique au Moyen Âge, où le fou devient roi, les hiérarchies sociales s'écroulent, où prévaut un monde à l'envers, a pris d'autres formes non grotesques dans les temps contemporains. Le but est le même : de niveler tout le monde. Associé à l'humour, le rire a des bénéfices thérapeutiques, car le fait d'abaisser les autres permet de compenser un sentiment d'infériorité : par moyen du ridicule, on rend les autres inférieures tout en affirmant sa supériorité[160].

▪ **Plan communicationnel.** Le discours satirique comporte trois acteurs : le satiriste, la cible, et le destinataire. Dans le cas de la satire politique, la cible est généralement constituée par les gouvernants ou la classe politique toute entière. Le satiriste met en jeu tout un éventail des stratégies visant à gagner la complicité et ainsi persuader le destinataire. Il dénonce les vices et folies de sa cible mais comme dans son optique ils sont cachés, « c'est l'hypocrisie que le satiriste s'acharne à démasquer » (Duval et Martinez, 2000 : 184).

▪ **Distanciation du monde antagoniste.** Dans *La Parole Pamphlétaire,* Marc Angenot (1982) classe la satire, ensemble avec le pamphlet et la polémique, à l'intérieur des discours agoniques, qui se caractérisent par le fait d'impliquer dans leurs discours, un contre-discours antagoniste. Le discours agonique vise une double stratégie : « démonstration de la thèse et réfutation/disqualification d'une thèse adverse » (1982 : 34). Dans le cas particulier de la satire, l'énonciateur prend distance et coupe de manière radicale avec le monde antagoniste, qu'il juge absurde, chaotique et malfaisant. Indigné, il détache le discours adverse de toute logique et se présente comme le porteur de la « vérité », ou en tout cas, d'une vision plus complète de la « vérité »[161]. « La démonstration, s'il y en a une, se borne à mesurer l'abîme qui sépare l'erreur adverse du démontrable », affirme Angenot (1982 : 36).

▪ **Exagération comique.** La satire s'empare du discours de l'adversaire mais il le déforme de façon caricaturale afin de le disqualifier et le discréditer. La caricature opère par la simplification de certains traits du personnage et par l'exagération d'autres. Pour Claude Angeli, rédacteur en chef du *Canard enchaîné,* la satire implique le fait d'« utiliser l'information, c'est-à-dire la réalité, la pousser un peu à l'extrême, pour démontrer soit par la polémique, soit par l'humour, ce que vous voulez dire ».

▪ **Ancrée dans le réel.** Du moment où la satire prend ses cibles du monde réel, elle y reste très ancrée. En ceci elle se distingue de l'humour qui, lui, peut s'abstraire de la réalité jusqu'au point même d'atteindre l'absurdité totale, le *nonsense*. Cette réalité dont le satiriste s'inspire est néanmoins déformée et exagérée.

---

[160] A. Ziv et J.-M. Diem. (1987). *Le sens de l'humour*. Paris : Dunod.
[161] S. Lockyer. (2006). A two-proned attack ? Exploring Private's satirical humour and investigative report. *Journalism Studies (7/*5), p. 768.

▪ **Surveiller, punir et corriger.** Dans les sociétés où l'on concède une grande importance à l'opinion d'autrui, la peur du ridicule devient un facteur de dissuasion sur les comportements déviants (Duval et Martinez, 2000). La moquerie sert à réguler la conduite en condamnant les vices. A travers le rire, « la société se venge (…) des libertés qu'on a prises avec elle », selon H. Bergson (1924). C'est cette conception du rire comme correcteur de mœurs qui lui permet de retrouver une place plus digne à l'Âge Classique. A cette époque là, le rire était considéré comme une manifestation mécanique, dont l'esprit de contestation pouvait mettre en péril l'équilibre du système social. Avec Molière, le rire reprend un sens et une utilité morale du moment où on peut rire d'un comportement ridicule. Le rire devient un élément essentiel de sa poétique comique. La honte qui provoquait le ridicule était très redoutable dans les sociétés de cour (XVII^{ème} siècle). Celui-ci suffisait à lui seul à réformer le public à travers les spectacles grotesques dans lesquels les personnages étaient tournés en dérision. Dominique Bertrand[162] établit un rapport entre l'omniprésence du ridicule dans les sociétés de cour et la surveillance panoptique des prisons, analysée par Michel Foucault dans *Punir et Surveiller*. A partir du XVII^{ème} siècle, la moquerie et le ridicule vont intervenir à la fois comme châtiment et comme mécanisme de surveillance.

▪ **Une rhétorique à ses services.** La rhétorique que la satire met en œuvre pour réaliser son projet, peut être une rhétorique du rabaissement, du mépris, de la dérision, de la disqualification… Des termes qui sont tous valables pour faire référence aux finalités du satiriste. Cette rhétorique comporte autant une fonction persuasive (vis-à-vis du lecteur) qu'une fonction agressive (vis-à-vis de sa cible).

▪ **Un style bas.** La satire utilise un style bas, commun, qui s'approche du registre familier. Cette caractéristique, utile pour rabaisser la cible, fut instaurée par Horace (65-8 av. J.-C.) et maintenue au cours des siècles.

▪ **La satire, inéluctablement pessimiste ?** Consulté sur le rôle de la satire dans notre société, Lefred-Thouron, dessinateur du *Canard enchaîné* a affirmé que « [Son rôle est de] faire rire un bon coup en attendant la fin du monde ». En syntonie avec cette idée, le dessinateur argentin Quino, créateur de la célèbre bande dessinée *Mafalda*, a déclaré lors d'un entretien[163] : « Il est arrivé que le quotidien espagnol *El País* censure quelques-uns de mes dessins, jugeant qu'ils étaient trop 'sombres'. J'ai toujours répondu qu'il était possible que je sois 'sombre', mais que je ne le serais jamais autant que la réalité elle-même ». Cela nous mène à nous demander si le regard du satiriste et du dessinateur satirique est inéluctablement pessimiste. La satire ne se propose pas de changer le monde : cela impliquerait de lui reconnaître une « mission » surdimensionnée et prétentieuse que les auteurs satiriques que nous avons consultés au cours de notre thèse prennent le soin d'éviter. La satire se propose pourtant de dénoncer les abus des secteurs dominants, les misères du monde. Le fait d'inlassablement mettre en relief les excès du pouvoir peut les amener à projeter une vision

[162] Cité par Duval et Martinez, 2000.
[163] Quino, l'humour en liberté. *Le Courrier de l'Unesco* (juillet-août 2000).

pessimiste du monde qui ne les laisse pas forcément indemnes. A cet égard, le dessinateur du *Canard enchaîné* René Pétillon, a déclaré que le fait de « chercher constamment le négatif finit par devenir démoralisant ». Il se corrige immédiatement en affirmant la « satisfaction personnelle et professionnelle » que lui confère son travail.

▪ **Remettre en question ce qui est présenté comme évident.** Le satiriste se caractérise par un esprit contestataire et non-conformiste et va à l'encontre de ce qui est considéré comme naturel ou incontestable. Les paroles de Rudy, directeur de *Sátira/12*, vont dans ce sens quand il affirme : « ça me gêne qu'on t'impose des choses parce qu'on ne conçoit pas une autre possibilité ».

3.3 La satire politique écrite, la satire politique visuelle

Se servant des spécificités autant du verbal que du visuel, la presse satirique a développé des unités signifiantes propres, porteuses de cet esprit de révolte et de critique moqueuse si caractéristique. L'écriture satirique attribue aux rubriques journalistiques un ton particulier, comme dans l'éditorial, la chronique et la critique artistique et créé aussi ses propres rubriques comme l'écho ou le billet d'humeur, le dialogue ou la lettre imaginaire.

Si l'écho et le billet se distinguent clairement de la brève par leur écriture au deuxième degré et sa visée non informative, ils sont difficiles à différencier entre eux. Ils se caractérisent par leur brièveté -ils ne comportent pas plus d'une dizaine de lignes-, et par la présence d'une chute, qui, pour Henri Montant, « est le préliminaire indispensable à [son] écriture »[164]. Nous ferons référence à ces deux formes d'écriture sous le nom d'*écho*, comme le font les membres du *Canard enchaîné*. Il s'agit d'une « information sur les à-côtés de la politique, sur la vie mondaine ou locale, et rédigée dans un style anecdotique et piquant »[165]. L'écho appartient au genre du commentaire, il est court et avec un ton humoristique ou du moins décalé (Montant, 1995)[166].

Les titres constituent une forme toute particulière dans la presse satirique, conjuguant un contenu plus ou moins informatif, avec une approche à la fois critique et drôle de l'actualité abordée. Pour Rudy, fondateur de *Sátira/12*, un titre satirique « doit refléter en quelque sorte la contradiction qui est souvent implicite dans une nouvelle ». « Trouver l'angle qui fait rire tout en racontant une histoire », signale le journaliste du *Canard enchaîné* Jean-Yves Viollier. Les titres présentent souvent une densité stylistique considérable sous un mode elliptique, fondée sur une grande diversité des procédés sur lesquels nous reviendrons dans les parties de résultats de notre thèse.

Avec la presse satirique s'est développé un type d'image particulier, la caricature politique qui jouait un rôle central au XIX^{ème} siècle. L'image satirique a pris d'autres formes

[164] H. Montant. (1995). *Commentaires et humeurs. L'écriture satirique*. Paris : Victoires éditions, p. 20.
[165] Voyenne, 1967, cité par le *TLFi*, dans l'entrée *écho*.
[166] Plusieurs des rubriques mentionnées (éditorial, chronique, critique artistique, écho ou billet d'humeur, dialogue ou lettre imaginaire) sont présentes dans les deux journaux dont porte cette recherche, notamment dans le cas français. Pourtant, le choix de nous centrer dans les titres (voir la section 5.2.1.1.) nous épargnera de considérer leur structure dans nos analyses.

grâce aux innovations technologiques, et a incorporé la photographie dans sa visée critique et moqueuse. De nos jours, plusieurs types coexistent et cela dépend du style du journal, de choisir -parmi des dessins humoristiques, des caricatures, des *strips* ou petites bandes dessinées, des photomontages ou collages-, les images qui commenteront l'actualité au fil de ses pages.

3.3.1 Dessin de presse, dessin humoristique ou caricature politique ?

Les nombreuses acceptions utilisées pour parler du dessin de presse, du dessin humoristique, du dessin d'actualité ou de la caricature politique, mettent l'accent sur des aspects différents : l'une précisant le média, d'autres le ton ou encore le thème général. Parler de *dessin de presse* ou *d'actualité* écarte consciemment le caractère comique et satirique de cette image, qui n'y est pas, d'ailleurs, indispensable. La prolifération dans l'usage de l'expression *dessin de presse* est liée à la professionnalisation du dessinateur et à la revendication du travail journalistique qu'il faisait dans les années 30-40, époque pendant laquelle il allait sur le terrain et menait des enquêtes[167]. L'ajout *d'actualité* rend compte d'une caractéristique majeure d'une bonne partie de ces images, et c'est leur ancrage temporel – auquel nous pourrions ajouter géographique aussi- qui rend leur interprétation extrêmement difficile sans leur contexte d'apparition.

L'expression *caricature politique* fait référence autant à une représentation graphique avec une intention comique qu'au domaine visé par sa charge. La plupart des dessinateurs qui ont donné naissance à notre matériel de travail se servent de cette technique pour représenter les dirigeants politiques, ce qui, en conjonction avec d'autres aspects que nous préciserons par la suite, nous mène à choisir cette expression pour parler des dessins d'une seule vignette qui font partie de nos corpus.

3.3.2 Traits caractéristiques de la caricature politique

De l'italien *caricare*, caricaturer signifie charger : « donner du poids (…) ou de relief, appuyer ou insister, exagérer » (Tillier, 2005 : 15). A cette conception plus liée au domaine de la peinture, s'ajoute ultérieurement une connotation plus belliqueuse de *caricare* (charger une arme à feu) et la métaphore qui présente la caricature comme « une arme capable de toucher et de blesser » se cristallise.

L'acception de *caricature politique* que nous utiliserons dans notre thèse, répond à un sens large car elle conjugue des caractéristiques plus nettement formelles avec des aspects de contenu. D'un point de vue formel, elle met en exergue la représentation graphique exagérée, déformée et ridiculisée de personnes ou situations, en accentuant ou diminuant des traits du visage –plus fréquemment- ou du corps. D'un point de vue du contenu, la caricature politique

[167] Les paroles du dessinateur Jean Effel sont dans ce sens, très claires : « Je suis journaliste, dessinateur de presse. Il est dangereux de parler de l'humour. Sur ma carte professionnelle, il n'est pas écrit 'dessinateur humoriste', mais 'dessinateur de presse'. Si vous vous annoncez comme humoriste, vous perdez le pari. Nous faisons des dessins comme les journalistes font des articles. Si l'on trouve de l'humour dans nos dessins, c'est l'affaire des autres. Tant mieux pour eux, tant mieux pour nous. Ce n'est pas à nous de dire que nus sommes des humoristes (…). Nous ne sommes par des clowns, nous sommes des dessinateurs de presse. Notre action peut être envisagé en tant que journaliste ». Cité par B. Tillier (2005). *A la charge! La caricature en France de 1789 à 2000.* Paris : Les Editions de l'Amateur, p. 57.

se centre sur certains aspects au détriment d'autres dans le traitement de faits d'actualité, et par conséquent, présente de manière inhérente une vision particulière sur ces derniers. En somme, la charge ne s'applique pas uniquement à des personnes mais à la façon de rendre compte d'une situation. Avec Tillier, nous considérons que toute caricature politique opère par « exagération, déconstruction et altération » de la réalité abordée (2005 : 20). Le regard du dessinateur est sélectif et engagé, « puisque ses images ne chercheraient pas à rendre compte, préférant dévoiler, dénoncer, malmener, vociférer… » (2005 : 68).

Par essence hyperbolique, la caricature présente d'autres ingrédients basiques comme la triade : simplicité, économie et ressemblance. Le dessinateur de caricatures politiques fait preuve d'une énorme capacité de condensation de l'information et fait des analyses souvent très fines, à partir de quelques traits et éléments. Il doit, en même temps, garantir une ressemblance certaine avec la personne représentée, de sorte à ne pas mettre en péril son identification.

Ces caractéristiques sont à la base des procédés de schématisation et d'expérimentation décrits par Ernst Gombrich[168]. En parcourant l'histoire du développement de la caricature, très étroitement liée aux études d'expérimentation de la physionomie, du beau et du laid chez des maîtres de la peinture comme Leonardo Da Vinci et les frères Carraci, l'auteur situe la schématisation comme le résultat d'un processus de simplification croissante, seulement possible une fois dépassé des complexités précédentes –pensons, par exemple, à l'école néerlandaise. D'après Michel Melot[169], c'est en s'associant avec la schématisation que la caricature trouve un style caractéristique et se constitue comme *genre*. L'expérimentation, pour sa part, vient de l'intérêt que les artistes portent –au-delà des référents extérieurs- à leurs propres créations, faisant de la caricature un métalangage. En ceci, la caricature comique rejoint d'autres formes risibles, qui font du langage l'objet des jeux qu'ils élaborent. La Figure 3.1. est un bon exemple à la fois du jeu métalangagier et du portrait-charge de la caricature. A partir de la déformation physique, ce dernier présente des traits caractéristiques des personnages représentés. Comme le dit Bertrand Tillier (1997 : 61), « l'approche physique permet au spectateur d'accéder à la dimension politique du personnage ».

[168] E. Gombrich. (1984). « The Experiment of Caricature» *in Art and Illusion. A study in the Psychology of Pictorial Representation*. Londres: Phaidon Press.
[169] M. Melot. (1975). *L'œil qui rit. Le pouvoir comique des images.* Paris: Bibliothèque des Arts.

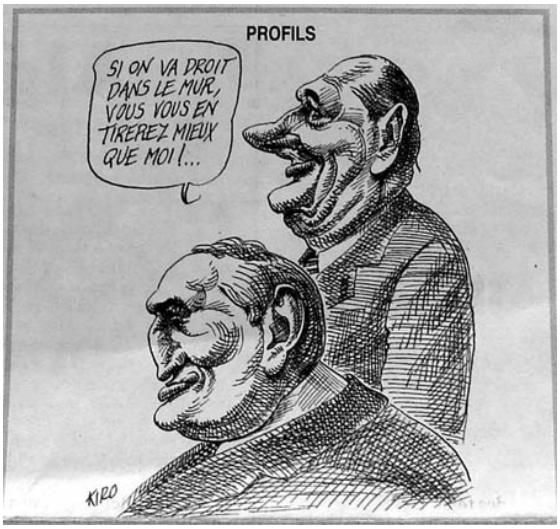


Figure 3.1. Kiro, 5/06/2002, p5.

Consultés sur les éléments essentiels de la caricature politique, les auteurs ou éditeurs de dessins que nous avons interviewés, fournissent bonne matière à réflexion. Ainsi, Lefred-Thouron mentionne « la drôlerie, la pertinence et l'opportunisme » et se sert d'une métaphore pour donner des précisions : « Un dessin d'humour c'est une frappe chirurgicale. Un peu trop à droite, un peu trop à gauche, et la cible est manquée. Un peu trop tôt, un peu trop tard, l'effet est raté ». Pour J. Lamalle, « il y a deux éléments essentiels : que ça appuie où ça fait mal et qu'elle fasse rire ». Kerleroux mentionne la ressemblance, la clarté et le côté agressif, alors que Pétillon qualifie la caricature politique comme « un regard évidemment critique mais tempéré par l'humour et par l'ironie essentiellement ». Cabu, pour sa part, déclare :

> « Pour un bon dessin, il faut déjà avoir une bonne analyse politique. Il faut partir dans une bonne direction, il ne faut pas dire n'importe quoi, et donc il faut faire plus vrai que vrai. Il faut déjà trouver le vrai. Il faut pousser la logique à fond, essayer de deviner le coup d'après. Essayer de multiplier une réaction pour démontrer quelquefois l'absurdité ou la mégalomanie, les travers de l'homme politique, qui est souvent un démagogue. Souvent on démontre ça dans les dessins. On essaye de dépister les mensonges, de montrer les promesses qui sont démesurées ».

Lamalle rejoint Cabu quand il affirme que « les dessinateurs ont non seulement la capacité de faire une analyse fine de l'actualité, mais ils ont aussi de la perspective. Ils peuvent projeter dans le temps, même si cela est moins habituel maintenant ». Pour Pati, la caricature politique équivaut à une idée, qui soit à la fois drôle et qui reflète sa pensée sur un sujet. Il revient sur l'économie d'éléments et la clarté nécessaire pour que le dessin soit compris rapidement.

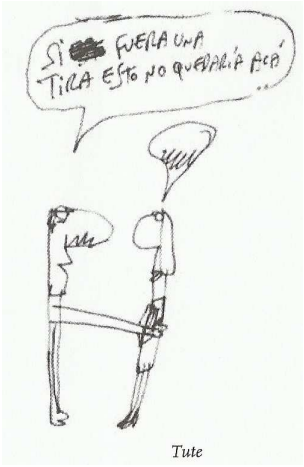
Le choix d'un ingrédient ou d'un autre rend compte de l'accent mis par chaque auteur dans la vision qu'ils portent sur leur travail. Nous retrouvons dans cette liste des traits identifiés pour la satire, celle-ci entendue comme le résultat de la combinaison des discours comiques et offensifs : critiquer et dénoncer tout en cherchant de faire rire. La caricature a été et reste peut-être encore, l'image par excellence de la satire politique.

Une dernière caractéristique que nous aborderons dans cette section vient du lien de la caricature avec le stéréotype, à la fois comme utilisatrice et créatrice de cette idée ou opinion figée. Les stéréotypes peuvent être définis comme « des représentations toutes faites, des

schèmes culturels préexistants, à l'aide desquels chacun filtre la réalité ambiante »[170]. Ils procèdent par généralisation, schématisation et catégorisation, ce qui implique une simplification de la réalité, pouvant entraîner une déformation de celle-ci. C'est pour cette raison que les stéréotypes acquièrent un sens péjoratif : l'excès de simplification peut donner lieu à des préjugés rigides et figés. Ceci se produit lorsqu'il y a une cristallisation d'une idée souvent dépréciative d'un groupe social (ethnie, sexe, âge, idéologie, etc.). Néanmoins, une vision plus positive des stéréotypes voit dans la généralisation, schématisation et catégorisation, des mécanismes indispensables pour comprendre le réel et agir sur lui[171]. En effet, nous serions incapables de connaître chaque élément du monde réel dans sa spécificité et complétude.

Les dessinateurs font souvent recours aux stéréotypes pour présenter leur regard particulier d'un fait de l'actualité abordé. Ces images toutes faites, partagées par les membres d'une société donnée, entrent très bien dans la logique de rapidité, simplicité et d'économie qui caractérise la caricature. En plus de s'en servir, les dessinateurs contribuent à la création d'images stéréotypées. Nous reviendrons sur cette idée dans le chapitre 12.

3.3.3 Après la caricature, le *strip* politique



Le choix de l'adverbe du titre obéit non seulement à une dimension temporelle –le *strip* fut créé après la caricature- mais aussi d'importance, par rapport à la place plus secondaire que le premier occupe dans les pages de la presse satirique étudiée. Les caractéristiques présentées pour la caricature politique s'appliquent également à ce type d'image, qui compte en plus, avec la possibilité d'incorporer des séquences narratives dans le traitement qu'il fait d'un sujet donné. Synthétique comme la caricature, il déploie un *continuum* à partir de quelques éléments essentiels, et c'est le lecteur, grâce à son imagination, qui va reconstruire ces séquences de forme à voir le *continuum*[172].

Cette caricature à plusieurs vignettes (généralement deux à six, disposées horizontalement dans la page) peut être appelée *petite bande dessinée* ou à la suite des membres du *Canard enchaîné*, *strip*. Ce choix vient peut-être, de l'absence d'un terme

[170] R. Amossy et A. Herschberg Pierrot. (2009). *Stéréotypes et clichés.* Paris : Armand Collin, p. 26.
[171] Lippmann, cité par Amossy et Herschberg Pierrot, 2009.
[172] U. Eco. (2008). *Apocalípticos e integrados*. Buenos Aires: Tusquets editores.

spécifique en français pour cette forme graphique particulière. Le fait d'emprunter ce mot de l'anglais a une certaine logique car c'est aux Etats-Unis que cette production fut créée.

Les vignettes se succèdent les unes aux autres de manière à assurer une cohérence temporelle et spatiale[173]. Comme dans un récit écrit ou oral, une histoire drôle, le dessinateur raconte une histoire inspirée du monde réel, laissant la dernière vignette pour la chute. Celle-ci vise souvent à faire rire tout en présentant un avis ironique, dérisoire, contestataire, accusateur.

3.3.4 Eléments constitutifs de la caricature à une ou plusieurs vignettes

A la suite de Gubern, nous pouvons penser la vignette comme une « unité significative », une « représentation pictographique d'un minimum d'espace et/ou de temps significatif qui constitue l'unité de montage d'une bande dessinée »[174]. Cette case sert de cadre défini même si c'est de plus en plus habituel de trouver des dessins qui dépassent leurs bornes, de par une intention métalinguistique, ironique, humoristique.

La vignette présente des « microunités significatives », c'est-à-dire, des éléments qui s'y articulent, tels que la bulle, l'onomatopée, le titre et le nom du dessinateur. Eco (2008) identifie la bulle comme un élément fondamental dans ce qu'il considère une sémantique dans la bande dessinée, de par l'existence d'un répertoire symbolique particulier. Il s'agit d'un contour où l'on insère les paroles attribuées à un personnage, qui varie selon que ce dernier parle, crie ou réfléchit. L'emplacement spatial des bulles désigne « un parcours de lecture temporalisée » (Zunzunegui, 1998), de haut en bas, de gauche à droite. Les onomatopées suggèrent le son d'une action, parfois avec un signifié en anglais (langue dans laquelle ils ont souvent été créés). L'adoption de ces signes linguistiques dans d'autres langues les dépouille de leur signifié précis, devenant ainsi des signes avec une convention sémantique spécifique (Eco, 2008).

Une bonne partie des caricatures et *strips* politiques présente un titre, situé en haut de la vignette, qui accomplit, avec fréquence, la fonction de situer le contexte où se déroule la situation représentée ou de présenter le fait d'actualité auquel on fait référence. Une fonction différente peut être celle accomplie par des titres ironiques, à partir desquels les auteurs prennent distance d'un discours ou d'une action officielle. Les titres peuvent adopter un ton sérieux, comique ou ironique et se complètent avec d'autres « microunités » pour produire du sens. Un dernier élément que nous allons considérer est le nom du dessinateur. A partir de sa signature, l'auteur assume la responsabilité de sa création.

Tous les éléments décrits sont présents dans les images du *Canard enchaîné* et de *Sátira/12*, encore que les dessinateurs expérimentent peu avec ces recours, tant ils sont ancrés dans l'actualité et focalisés sur la réalisation d'une bonne analyse politique. Ils se bornent à dessiner à l'intérieur du cadre et utilisent rarement des onomatopées. Les bulles dénotent en général l'acte de parler –et non pas de crier ou de penser- encore que pour le journal français, elles présentent la variante de ne pas avoir leurs contours complets ou bien de montrer seulement le triangle (ou delta) indiquant à qui correspond les paroles écrites. La majorité des dessinateurs signent leurs créations, assumant ainsi la paternité de leurs œuvres.

[173] L. Vilches. (1987). *Teoría de la imagen periodística.* Barcelona: Paidós.
[174] Gubern, cité par S. Zunzunegui. (1998). *Pensar la imagen.* Madrid : Cátedra, Universidad del País Vasco..

3.3.5 Vers un modèle triadique pour l'étude de la caricature politique à une ou plusieurs vignettes en tant que discours hybride et symbiotique

La caricature et le *strip* politiques sont des discours hybrides et mixtes dans un degré tel qu'ils deviennent symbiotiques. Hybrides, parce qu'ils combinent information et opinion dans le traitement des faits d'actualité, les présentant de telle manière que les limites entre l'événement et le commentaire sont estompés. Ils sont des discours mixtes parce qu'ils articulent le langage verbal écrit avec le langage visuel. Le rapport d'interdépendance qui prévaut entre ces deux langages nous encourage à considérer ces discours comme symbiotiques. Leur rapport est en fait si étroit que la lecture de ces images impose de nombreux allers et retours du visuel au verbal et du verbal au visuel. Ces deux systèmes représentationnels se combinent de différentes manières pour articuler trois composantes indispensables: le personnage, le fait d'actualité et la situation imaginaire (voir la Figure 3.2.).

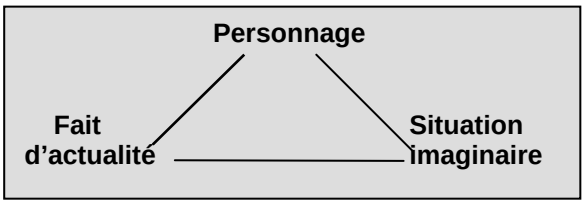


Figure 3.2. Modèle triadique de la caricature politique à une ou plusieurs vignettes comme système représentationnel hybride et symbiotique.

Comme nous l'avons vu plus haut, la représentation que le dessinateur de caricatures et *strips* politiques fait de personnes et de situations répond à un haut degré de schématisation et de simplification à partir duquel ces représentations deviennent ritualisées. Néanmoins, cette ritualisation n'a pas seulement lieu par une série de codes visuels et verbaux partagés (par exemple, le fait de représenter des états d'âme tel que la gaieté, la colère ou la peur en introduisant des variations dans les formes habituelles de représenter les yeux, les sourcils, la bouche, les épaules, etc.), mais aussi par des composantes médiatiques à la fois générales et particulières.

Les composantes générales sont liées à la place récurrente ainsi qu'à la fonction sociale et argumentative de ces images satiriques à l'intérieur d'un journal, qui les constituent en tant que genres. Dans ce cadre, le dessinateur accomplit un rôle socialement défini, limité et prévisible[175]. Les composantes particulières maintiennent un rapport avec le contrat de lecture (voir la section 4.5.2.) instauré entre un journal et le lecteur, et qui forcément va affecter le travail des dessinateurs.

En dépit de ces conditionnements –codes de représentation partagés, caractéristiques distinctives de la caricature (et le *strip*) comme genres, et style du journal-, chaque dessinateur développe un style propre qui le différencie des autres. Et c'est dans ce sens que la caricature peut être entendue comme un art. Le style de chaque dessinateur présente des caractéristiques telles que le lecteur assidu pourra identifier assez facilement les dessins de cet auteur parmi d'autres. Ainsi, ce style se ritualise aussi. La créativité quotidienne du dessinateur maintient un rapport avec les procédés mis en jeu et la forme dont il articule les trois composantes indispensables de la caricature politique : personnage, fait d'actualité et situation imaginaire.

[175] O. Steimberg. (2001). Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico. *Signo y seña, 12*.

Dans le cas concret de la représentation du personnage, la ritualisation se matérialise de par la forme de dessiner des traits du visage ou du corps ou des types conventionnels de vêtement et accessoires tels que des lunettes et des montres. Ceux-ci deviennent des invariants qui admettent certaines marges de variation en dimensions comme la gestualité ou le vêtement. La deuxième composante du modèle triadique, le fait d'actualité, renvoie à une nouvelle qui circule dans les médias lors de la publication de la caricature et peut faire référence à des sujets très divers –que ce soit politiques, sociaux, économiques, sportifs, artistiques, médiatiques, ou autres. La situation imaginaire est une construction ou recréation de l'auteur qui joue, à des degrés divers, avec ce qui est fictif, absurde, ridicule, incongru, déformé et exagéré.

Nous parlons d'un modèle triadique parce que la concurrence de ces trois composantes est inéluctable pour qu'un texte s'encadre dans le champ de la caricature politique. Si l'accent était mis exclusivement sur le personnage, nous serions dans le terrain du portrait; si l'accent était mis dans le fait d'actualité, nous serions dans le terrain de la nouvelle; si en échange, il l'était dans la situation imaginaire, nous serions dans le fictionnel. Dans le monde de la caricature politique, les personnages deviennent des acteurs dans un contexte d'actualité théâtralisé.

Ce modèle privilégie des composantes de contenu à partir du personnage et du fait d'actualité -le « quoi » de la nouvelle- et les articule avec des composantes plus liées à la manière dont cette nouvelle est récréée (le « comment ») : la construction d'une situation imaginaire. Le modèle est en plus enrichi à partir de la prise en considération du mode dont opèrent les figures rhétoriques. Le modèle triadique proposé sert de cadre d'analyse à la trame d'interaction complexe entre les langages verbal et visuel. Nous l'appliquerons dans une étude spécifique consacrée à la caricature, présentée dans la section 11.2.

3.3.6 Deux journaux avec des convergences

La satire verbale et visuelle dans la presse a une longue histoire et les pays auxquels appartiennent les deux journaux que nous analyserons ont une trajectoire importante dans le domaine. Avec l'apparition des journaux satiriques de Louis Philipon, *La Caricature* en 1830 et *Le Charivari* en 1832, et des dessinateurs comme Honoré Daumier, Gustave Doré et André Gill, la France marque la voie que suivront des pays européens et américains. Si la caricature naît à Bologne et se répand à Londres, comme le propose Ramón Columba (1959), c'est à Paris qu'« elle obtient sa consécration ». En Argentine, de nombreux journaux satiriques naissent dès la moitié du XIX^{ème} siècle et se succèdent au cours des décennies : *El Mosquito* (1863-1893), *Don Quijote* (1884-1905), *Caras y Caretas* (1898-1939[176]), *Satiricón* (1972-2005 de manière discontinue), *Humor* (1978-1999), parmi tant d'autres. Quoique très intéressant, le fait de retracer l'histoire de la satire et la caricature politique en France et en Argentine excède les limites et les buts de notre travail, c'est pourquoi nous nous contenterons de renvoyer à certains ouvrages de référence[177].

[176] Une nouvelle version de cette publication est apparue en 2005.

[177] Parmi d'autres : M. Ragon. (1992). *Le dessin d'humour, Histoire de la caricature et du dessin satirique en France.* Paris : Seuil; B. Tillier. (2005). *A la charge! La caricature en France de 1789 à 2000.* Paris : Les Editions de l'Amateur; A. Duprat. (2002). *Les rois de papier. La caricature de Henri III à Louis XVI.* Paris :

Les journaux que considère cette thèse, *Le Canard enchaîné* et *Sátira/12* (le CE et S/12 dorénavant), se présentent comme satiriques déjà dans le choix du nom ou de la devise (dans le cas français, « journal satirique paraissant le mercredi »). Ils ont en commun le fait que ce choix répond à une double articulation interne-externe, où des références autonymiques se combinent à des renvois parodiques.

Canard signifie « journal » en argot et aussi « fausse nouvelle ». Créé pendant la Première Guerre Mondiale –le premier numéro apparaît le 10 septembre 1915, le deuxième le 5 juillet 1916-, l'idée fondatrice de Maurice Maréchal correspondait à un journal qui enchaîne les « bobards » de la propagande officielle, qui lutte contre les abus de la censure, les excès de la propagande, le conformisme de la grande presse[178]. Le terme *canard* est aussi porteur d'un sens péjoratif, désignant un journal de mauvaise qualité. Une lecture à un second degré s'impose ici car à travers ce choix, le journal se démarque du reste de la presse obéissante et condescendante vis-à-vis du pouvoir. Le CE serait mauvais pour les autres, ces autres complètement discrédités et annulés dans l'exercice journalistique. L'esprit revendicateur et contestataire de ce choix gagne encore plus de force avec le terme *enchaîné*. En 1914, Georges Clemenceau était propriétaire d'un journal appelé *L'Homme Libre*. La critique sévère qu'il faisait du gouvernement lui valut la censure itérative de ses articles, ce qui le mena un jour à le renommer *L'Homme Enchaîné*. M. Maréchal s'est servi par analogie et parodie de cette idée. La référence autonymique qui est aux origines du nom du journal est reprise dans un bon nombre de ses rubriques créées aux débuts ou plus récemment, récupérant l'isotopie *canard* : *La Mare aux canards*, *Canardages*, *Conflit de canard*, *Couac*. Encore, elles détournent la deuxième partie de son nom, comme le cas de *A Travers la Presse Déchaînée*. Ce « martèlement sémantique » contribue à la construction de l'identité du journal[179].

S/12 est un supplément du quotidien *Página/12.* A l'époque où ce dernier est apparu dans les kiosques -le 26 mai 1987, quatre ans après la dernière dictature militaire argentine qui a eu lieu entre 1976 et 1983-, les journaux portaient des noms classiques comme *La Nación, La Prensa, La Razón* ou moins traditionnelles comme *Clarín*[180]. Aucun d'entre eux ne faisait une autoréférence, qui consistait selon Oscar Steimberg, en « un jeu descriptif et conceptuel, en rapport avec le nombre hasardeux de pages que le journal aurait à ses débuts »[181]. La première édition du journal n'a même pas eu douze pages, ce qui fait de son

---

Belin. A. Duprat. (1999). *Histoire de France par la caricature.* Paris: Larousse; C. Ulanovsky. (1997). *Paren las rotativas.* Buenos Aires: Espasa; J. M. Gutiérrez. (1999). *La historieta argentina. De la caricatura política a las primeras series*. Buenos Aires: Ediciones Biblioteca Nacional y Página; J. Palacio. (1993). *Crónica del humor político en Argentina*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

[178] « La place du 'Canard Enchaîné' dans la presse d'aujourd'hui ». Documentation fournie par *Le Canard enchaîné*. Son premier éditorial annonce : « le Canard Enchaîné prendra la liberté grande de n'insérer, après minutieuse vérification, que des nouvelles rigoureusement inexactes. Chacun sait en effet que la presse française, sans exception, ne communique à ses lecteurs, depuis le début de la guerre, que des nouvelles implacablement vraies ».

[179] C. Richard. (2006). « Dans la mare aux rubriques du *Canard enchaîné* : Comment la rubrique sert une originalité et une identité politique, fonde un style en maintenant un cadre rédactionnel d'une pérennité rare ? » Mémoire de Master 1 en Lettres Modernes. Université Paris IV.

[180] *Clarín* fait référence à l'instrument de vent, au son strident, que l'on utilisait surtout dans les régiments d'infanterie et qui, transféré au domaine journalistique, devient l'instrument choisi pour annoncer au peuple l'arrivée des nouvelles. *Clarín* donne à la fois le nom mais aussi le symbole du journal, puisque son isotype est un homme qui joue le clairon.

[181] O. Steimberg dans « Habla la Academia », article paru dans l'édition spéciale pour les 10 ans du journal, *Pagina/12*, 26/05/1997.

nom un paradoxe, mais ce qui comptait pour les fondateurs, les journalistes Jorge Lanata et Ernesto Tiffenberg, c'était le fait de rompre avec le style journalistique rigide caractéristique d'autres médias. Les fondateurs se sont proposés d'éviter «le 'bombardement informatif' de la presse du matin en partageant la philosophie journalistique sur le fait que il n'y a qu'une poignée des nouvelles quotidiennes et que le reste n'est que remplissage »[182].

S/12 apparaît quelques mois plus tard à l'initiative d'un psychanalyste et humoriste, Rudy, et d'un groupe de journalistes et dessinateurs. Le nom du supplément rime avec *Página/12* et renvoie en plus, au monde du risible. Sa devise « *el desperdicio* » (le déchet), est présenté comme un jeu qui parodie l'initiative du quotidien de ne présenter que l'information nécessaire. Cet esprit peut être résumé par la phrase humoristique prononcée par son fondateur et actuel directeur, Rudy, lors d'un entretien que nous avons mené avec lui: « *Este si querés tiralo* » (Ceci [le supplément], si tu veux [lecteur], tu le jettes).

D'autres caractéristiques formelles rapprochent le CE et S/12 : ils ont une fréquence d'apparition hebdomadaire, les mercredis, pour le premier ; les samedis, pour le second. Le nombre de pages ne dépasse la dizaine : le CE en a huit et S/12, quatre ; et pour les périodes considérées, les deux publications n'apparaissent pas en couleurs, à l'exception de la couleur rouge pour le cas français[183]. Pour ce qui est des images, elles profitent d'une place considérable dans les deux journaux, notamment des caricatures politiques, un peu moins des *strips,* et très rarement des photographies ou photomontages dans le cas du CE, qui sont en plus, repris d'autres médias dans un ton satirique, parodique, humoristique.

La typographie, renvoyant à des temps passés, qu'ils ont choisie pour leurs noms, est un nouveau point de convergence. Pour le CE, elle est le résultat de combiner une Egyptienne avec un dessin à la main. Sa plastique présente les traces d'une série de caractères tout à fait lisibles et nets mais non parfaitement délignés (voir la Figure 3.3.). La typographie de S/12 – la même que celle de *Página/12*- est le prototype de la machine à écrire, ce qui par métonymie, renvoie à l'exercice même de l'écriture (voir la Figure 3.4.). *Página/12* s'est présenté dès ses débuts comme un journal « bien écrit » qui comptait avec la plume de plusieurs écrivains et journalistes de renom. Mais la typographie de S/12 n'est pas une reproduction totale de celle du quotidien. Elle introduit une variante qui nous mène au monde du risible, de la caricature et la bande dessinée : la lettre *á* de *Sátira/12* est présentée à l'intérieur d'une bulle, un peu plus élevée que le reste des lettres.

Les deux hebdomadaires sont familiarisés avec le journalisme d'investigation (ou d'enquête), si ce n'est pas directement comme dans le CE qui le pratique depuis les années 60, au moins indirectement à travers son organe d'appartenance pour S/12. *Página/12* a gagné la réputation de consacrer une place très importante au journalisme d'investigation et à la défense de causes particulières, notamment centrée sur l'activité judiciaire, les affaires des militaires (recherche liée à la révision du passé) et des cas de corruption politique; qui ont eu de fortes répercussions dans divers secteurs de la société.

[182] Ulanovsky, 1997 : 333. Phrase originale citée: (...) « "*el bombardeo informativo" de los grandes matutinos compartiendo la filosofía periodística de que sólo hay un puñado de novedades diarias que merecen ser registradas y que el resto es relleno* ».

[183] *S/12* a commencé à être publié en couleurs en 1995, après la fin du mandat de Carlos Menem.

Les études de marché auxquelles nous avons eu accès[184] nous permettent de repérer certaines similitudes dans le lectorat des deux journaux : il s'agit principalement des personnes âgés de moins de 50 ans, ayant fait des études supérieures ou même obtenu un diplôme universitaire, et consommateurs importants des produits culturels. Ce sont aussi des lecteurs très attachés à leur journal.

Nous nous occuperons de démontrer des convergences dans l'expression satirique des deux journaux dans les parties de résultats de la thèse. Dans les pages qui suivent, nous présenterons certains traits caractéristiques de chaque journal, en nous servant de quelques documents écrits sur la matière et notamment de la voix de ceux qui font les journaux au quotidien.

3.3.6.1 Le Canard enchaîné, un cas d'anachronisme

Regardons quelques instants la Une et les pages internes du CE (voir la Figure 3.3.). Comparées avec n'importe quelle autre publication informative ou satirique, elles se détachent du reste par leur « maquette pérenne » (Richard, 2006). Une pérennité qui se voit dans son nom et sa devise (cette dernière apparaît pour la première fois en 1925), plusieurs de ses rubriques (*La Mare aux Canards* existe depuis ses débuts de même que *A Travers la Presse Déchaînée* ; *Lettres ou pas Lettres* et *La Noix d'Honneur* depuis 1924, *Minimare* depuis la fin des années 60…) et la mise en page, sans couleurs et dans un papier qui est l'antithèse des nouvelles versions de papier couché. Si quelques uns se plaignent du style vieux de cette maquette, elle est sans conteste l'une des composantes majeures dans la constitution et la solidité de son style, de son identité. Comme l'affirme le dessinateur Kerleroux, elle a « une histoire individuelle ».

Figure 3.3. (a) Pages 1 (à gauche), **(b)** 2 (au milieu) et **(c)** 8 (à droite) du Canard enchaîné du 11/05/2005.

[184] Ces études sont datées. Pour le CE, enquête de la SOFRES en 1982 auprès de 30.000 lecteurs ; citée par L. Martin. (2005). *Histoire d'un journal satirique (1915-2005)*. Paris : Nouveau Monde éditions. Pour *Página/12*, étude de marché en deux étapes : 12 groupes d'Investigation Optative, avec un échantillon de 650 lecteurs de journaux dans la cité de Buenos Aires et le Grand Buenos Aires (banlieue) en 1994 (Marketing Entrepreneur S.A). Documentation fournie par le journal.

De tradition anticléricale, laïque, antimilitaire, républicaine, clairement de gauche[185], le CE ne répond pourtant à aucun parti et ne dépend pas d'annonceurs publicitaires, ce qui lui donne une grande liberté dans le traitement de l'actualité politique. Il a su construire au fil du temps un énorme réseau d'information, qui implique des dirigeants des partis, des fonctionnaires de haut et moyen rang, des syndicalistes… *La Mare aux Canards* (pages 2 et 3) est une mine d'or pour ceux intéressés par les coulisses de la vie politique avec ses « échos bien souvent prophétiques »[186]. Interrogé sur la façon dont ils ont réussi à avoir un tel réseau, Nicolas Brimo nous dit : « C'est la confiance que les gens nous font, ne jamais trahir l'informateur. C'est évident aussi que si vous venez du CE, on ne vous parle pas de la même façon ». Ce réseau se construit aussi en fouillant ici et là et en tirant profit d'une grande capacité d'analyse et d'une curiosité journalistique affamée. « Il y a beaucoup d'information qui est disponible et que les autres ne voient pas » (Brimo). Une équipe des journalistes du CE est entraînée au décryptage des dossiers et au démontage des mécanismes juridiques ou financiers des scandales[187].

Attaché à son but premier de lutter contre le « bourrage de crâne », le fait de ne publier que des informations certaines et avérées émerge et traverse les discours d'un nombre considérable de journalistes et dessinateurs que nous avons interviewés. « L'objectivité n'existe pas. L'honnêteté, oui. On doit être honnête avec la réalité », juge Claude Angéli. « Il ne s'agit pas de lancer des rumeurs, de parler de choses qui ne sont pas fondées et qu'on n'est pas en mesure de prouver. C'est la règle de base du Canard et on s'y tient», assure Erik Emptaz.

Comme le soutient Bernard François (1979), « on polémique mieux avec des faits qu'avec des mots ». A partir des années 60, l'hebdomadaire deviendra un journal d'investigation, conjuguant le traitement satirique et humoristique de l'information avec une intention plus « justicière », celle de révéler ce « qu'on cache aux gens » (Angéli). Pour Laurent Martin (2005 : 530), le journalisme d'investigation recouvre « tout à la fois une méthode de travail et une conception du rôle de la presse, notamment dans ses rapports avec les pouvoirs ».

Quels sont les points forts et les points faibles du journal aux yeux de ceux qui les voient dès l'intérieur ? Les points forts du CE, qui rejoignent quelques réponses à la question sur la « recette » pour rester depuis si longtemps, sont, entre autres : l'indépendance économique ; le tirage, d'environ 450.000 exemplaires au moment des entretiens (mars 2008) ; le fait que ce sont les propres membres du CE qui sont les actionnaires du journal : « nos enfants n'hériteront pas de nos actions. Quand on part à la retraite, nos actions sont redistribuées entre les autres », signale Angéli. D'autres mentionnent aussi le renom du journal, considéré comme une institution dans la tradition journalistique ; le traitement neutre

[185] A propos de l'idéologie du CE, lire : L. Martin. (2003). Le Canard enchaîné, un objet politique mal identifié. *Revue d'histoire moderne et contemporaine 50(2)* ; L. Martin. (2005). *Le Canard Enchaîné ou les fortunes de la vertu. Histoire d'un journal satirique (1915-2005).* Paris: Flammarion ; A. Schiffres. (1963). L'idéologie du « *Canard enchaîné* » *in* F. Batailler, A. Schifres et C. Tannery. *Analyses de presse.* Paris : Presses Universitaires de France.

[186] C. Ysmal. (1971). *Le Canard enchaîné ou les pièges de la lucidité. Esprit, 2.*

[187] B. François. (1979). « La Vis Satirica. Approche des mécanismes de la presse satirique à travers l'étude du Canard Enchaîné ». Mémoire de Master Recherche en Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA, Université Paris-Sorbonne, Paris.

de l'information ; la crédibilité et l'impact. Par rapport aux points faibles, le plus cité est le fait d'être « trop franco-français », ne donnant que très peu de place à la politique étrangère. La plupart avouent aussi que cela tient à la difficulté, voire à l'impossibilité de compter, à l'étranger, avec un réseau d'information équivalent à celui qu'ils ont en France. Le Tableau 3.1. permet de voir de manière synthétique, l'ensemble de réponses données à la question concernant les points forts et les points faibles du journal.

Le CE n'impose pas une ligne éditoriale formelle et contractuelle aux journalistes et dessinateurs. Elle est plutôt inhérente, il y a un accord tacite sur le type d'information que l'on va traiter et la manière de le faire. « Sans qu'il y ait une ligne à suivre, on sait pourquoi on travaille au Canard », affirme Lefred-Thouron. Emptaz insiste sur le besoin de rester aux faits, de présenter d'information fondée. Brimo, pour sa part, dit : « Il y a évidemment une équipe qui a des valeurs communes. Ces valeurs communes sont ceux de sortir l'information et de l'apporter à la société ».

Quand nous avons demandé aux interviewés s'il leur arrivait de ne pas être d'accord avec la position du journal dans certains sujets politiques, ils nous ont tous répondu qu'ils étaient d'accord sur l'essentiel. « Le regard est assez convergent, on est assez d'accord, on discute. On n'est peut-être pas d'accord tout de suite, au premier abord, mais il y a une discussion et elle se fait dans la paix » (Emptaz). « Un journal quel qu'il soit est fait par des gens différents, dont les sensibilités divergent mais se retrouvent sur l'essentiel. Je n'ai jamais collaboré à un journal dont j'aurais adhéré à la totalité du contenu. Lorsqu'il y a plus de points de divergences que de convergences, alors il faut remettre sa collaboration en question », assure Lefred-Thouron.

Le CE	**Angeli**	**Brimo**	**Emptaz**	**Lamalle**	**Liffran**
Points forts	- Appartenance aux journalistes	- Indépendance - Ses lecteurs	- Indépendance - Gros tirage - Crédibilité		- Densité du contenu - Pas cher - Gros tirage
Points faibles	- Ricanement (peu d'analyse)	- Pas en permanence	- Trop franco-français	- Besoin de renouveler dessinateurs	- Bouclage mardi - Trop franco-français
	Viollier	**Cabu**	**Kerleroux**	**Lefred-Thouron**	**Pétillon**
Points forts	- Indépendance	- Actualité, nouveauté - Réseau d'information - Impact	- Information certaine - Gros tirage	- Permanence dans points de vue et fonction	- Ton
Points faibles	- « Bordélique »	- Dessins petits	- Critique sans rien proposer		- Peu de changements - Pas de couleurs - Trop franco-français

Tableau 3.1. Les points forts et les points faibles du CE, selon les journalistes et dessinateurs interviewés. Les réponses qui se répètent ont été soulignées.

En ce qui concerne le mode de fonctionnement du journal, le travail des journalistes est divisé en deux groupes : ceux qui contribuent aux sections « chaudes » du journal (pages 1 à 4 et page 8 où l'on traite notamment l'actualité politique) et ceux qui contribuent aux sections « froides » (pages 5, 6 et 7, d'information culturelle). Chaque groupe a deux réunions

hebdomadaires (une première, mercredi pour les pages chaudes et jeudi pour les froides ; et une deuxième lundi). Claude Angeli est le rédacteur en chef responsable des pages 3 et 4, la section consacrée aux enquêtes journalistiques ; Erik Emptaz est le rédacteur en chef des pages culturelles et se charge aussi de l'éditorial publié à la Une ; le directeur Michel Gaillard est le responsable de la Une et la fausse Une et, avec Nicolas Brimo, des échos de la *Mare aux Canards*. Le bouclage du journal se fait les mardis matin et après-midi (voir le rapport présenté dans l'annexe 5).

Pour les dessinateurs, le travail est beaucoup plus libre et individuel. En dépit d'une grande salle qui leur a été attribuée au troisième étage des locaux du journal rue Saint-Honoré, très peu d'entre eux travaillent sur place (notamment Kerleroux et Wozniak). La majorité préfère le confort et le calme de la maison, profitant des nouvelles technologies de communication –fax ou e-mail- pour envoyer leurs dessins au cours du lundi.

Or, pourquoi les dessinateurs ne participent pas à des réunions ? Les réponses ont été opposées : soit ils « n'étaient pas conviés », soit ils pouvaient y aller mais préféraient s'abstenir parce qu'ils s'informent par la presse quotidienne ou parce qu'ils veulent conserver une plus grande liberté de travail. Jacques Lamalle, ancien secrétaire général du CE et responsable de manière conjointe avec le directeur et les rédacteurs en chef, du choix de dessins pendant une trentaine d'années, revendique cette liberté :

> « Je pense que c'est bien pour eux de n'avoir pas un fil conducteur, c'est aussi très important de ne pas être guidé dans le choix des sujets d'actualité. Il faut qu'ils restent maîtres d'eux-mêmes. Et ils ont cette chance fantastique qu'on ne leur impose pas de sujet. (…) Ils sont un peu isolés mais c'est un peu le caractère de l'artiste. Pour moi il faut qu'ils aient cette liberté-là. Parfois c'est difficile, s'ils n'ont pas fait la bonne analyse, mais cela n'empêche qu'ils perdraient de leur intensité, de leur acuité, de leur perception ».

Pétillon voit en gros les mêmes avantages et désavantages de cette manière de travailler : « Au Canard on est complètement libres, on fait ce qu'on veut. Mais après il faut savoir qu'il y a de dessins qui ne sont pas pris ». Kerleroux remarque cette liberté quand il dit qu'ils sont « comme des oiseaux » mais avoue que le fait de travailler dans les locaux du CE lui permet de trouver un soutien auprès de quelques collègues qui sont là aussi : pour discuter sur l'actualité politique ou se consoler des choix réalisés par les rédacteurs et le secrétaire de rédaction ! Le choix des dessins a été évoque à plusieurs reprises. C'est parce qu'il y a « un coup de balai » (Kerleroux) très important : d'environ 130 dessins qui sont proposés lundi, seulement une trentaine sont retenus. Les restants sont rejetés et ne seront publiés que par leurs auteurs dans d'autres supports, comme c'est le cas du site web *Scorbut*, créé par cinq dessinateurs du journal pour publier les dessins qui n'y apparaissent pas.

Quels sont les motifs pour rejeter un dessin ? Parfois c'est une question subjective de goût, comme le fait de trouver ou non un dessin drôle. Parfois c'est parce qu'une même idée est répétée dans plusieurs dessins, ou parce que l'idée n'est pas très claire ou le personnage n'est pas reconnaissable. Mais pour J. Lamalle, « le premier rejet d'un dessin c'est quand il est hors sujet, comme un article. Vous pouvez avoir une idée formidable mais si elle n'est pas bonne par le contexte, c'est terminé. Un dessin mal traité, hors sujet, on l'élimine ».

Le CE comprend huit pages : à la Une se trouve le titre principal, l'éditorial, les onglets de Canard, des annonces de Une, la rubrique *Le mur du çon* ou la *Noix d'honneur*, et trois à quatre articles. La fausse Une reprend la mise en page de la Une avec les onglets ; elle

présente aussi la rubrique *Vite Dit !* Les pages 2 et 3 s'appellent *La mare aux Canards*, avec la rubrique *Minimares* dans la deuxième page ; les pages 3 et 4 sont consacrées principalement à/aux l'enquête/s de la semaine ; la rubrique *Canardages* occupe les pages 5 à 7, avec des informations sur les médias et des critiques artistiques déployées dans des rubriques spécifiques : *Zig Zag, Lettres ou Pas lettres, La Boîte aux Images, Le Cinéma, A travers la Presse déchaînée*, entre autres[188].

Comme nous l'avons vu, les membres du journal partagent une vision du monde, un esprit « impertinent, rebelle et contestataire » (Viollier), une envie de « venger les abus, les excès de pouvoir, les injustices » (Pétillon). Ces idéaux contribuent à fonder une camaraderie, une sorte de « fraternité » (Ysmal, 1971), à laquelle les lecteurs sont invités à appartenir. Même si les études de marché sur le lectorat du CE n'abondent pas, plusieurs sources ont évoqué sa loyauté, déjà palpable par le 60.000 abonnés (Brimo), chiffre qui ne recouvre sans doute pas la totalité des lecteurs qui, semaine après semaine, vont chercher « le volatile » dans les bureaux tabac ou qui lisent le journal acheté par des membres de la famille ou d'amis. Le lien étroit qui unit le CE et ses lecteurs est mis en exergue dans la lettre d'au revoir que l'ancien directeur, Roger Fressoz, a écrit quand il est parti à la retraite : « Plus qu'aucun autre journal, le Canard est fait pour ses lecteurs. Ils en sont les amis compétents, exigeants, vigilants, mais aussi bienveillants et fidèles »[189].

3.3.6.2 Sátira/12, le supplément satirico-humoristique de la post-dictature

L'histoire de S/12 est inéluctablement liée à celle de *Página/12*, un journal qui se définit comme profondément démocratique et défenseur des droits de l'homme. Le quotidien est conçu dans une étape de prolifération de la presse quotidienne, en dehors du circuit de distribution du papier régit par *Papel Prensa* (entreprise qui dominait, et domine encore, la plupart du marché). Comme dans le CE, ses origines témoignent d'une posture de révolte et contestation face à la tradition journalistique. Il s'est caractérisé, dès le début, par un traitement différent de l'information, avec une critique exercée, selon Horacio González[190], non sur le plan du signifié, mais sur le plan du signifiant. Son style est irrévérent ; avec un ton d'humour, d'ironie et de satire ; un jeu verbal et visuel proposé au lecteur, notamment à la Une (Pedrazzini, 2004) ; et une place consacrée à des sujets différents et à des groupes minoritaires (Ulanovsky, 1997).

D'autres caractéristiques ont été employées pour donner un style au journal: « Osvaldo Soriano[191] a introduit des concepts de la presse française, comme le bon niveau d'écriture de *Libération*, l'efficacité de ses titres colloquiales et sa forme d'insertion sociale», raconte le journaliste argentin Carlos Ulanovsky, auteur d'un ouvrage sur l'évolution de la presse argentine. Conçu comme un espace de débat dans ses pages, *Página/12* a profité de la liberté de presse disponible. Il s'est auto défini comme progressiste et s'est positionné comme un journal de centre-gauche. Pendant l'époque ménémiste, il a exercé une forte opposition, qui a provoqué les réactions du gouvernement. Un cas très connu implique le président Menem lui-

[188] Pour une présentation plus détaillée des rubriques du CE, consulter Richard, 2006 et François, 1979.
[189] Cité par L. Martin, 2005 : 704.
[190] H. González. (1992). *La realidad satírica. Doce hipótesis sobre Página/12*. Buenos Aires: Paradiso Ediciones.
[191] Journaliste et écrivain argentin qui s'est exilé en Europe (en Belgique et puis à Paris, en France) pendant la dictature de 1976 à 1983.

même, qui, dérangé par l'une de nombreuses enquêtes journalistiques qui ciblait le gouvernement, a baptisé le journal « jaune » (par la presse jaune, à sensation) : le lendemain, la Une paraissait en papier jaune.

Dans leur page institutionnelle en ligne, les responsables de *Página/12* ont expliqué le ton: « nous avons envisagé de faire un journal qui parle aux gens dans leur propre langage quotidien. Qu'il récupère l'humeur acide qui est si caractéristique des Argentins lorsqu'ils se racontent les nouvelles. (…) Nous pensions que ce pays avait besoin d'un média pluraliste avec pour unique credo la démocratie et les droits de l'homme. Un média qui servirait à informer de façon indépendante et qui plus que des réponses, poserait les bonnes questions»[192].

Le supplément S/12 sort le premier samedi de septembre 1987. Il est né plus de l'envie que de la connaissance du métier, avoue son fondateur, Rudy. L'envie d'un groupe de jeunes humoristes désireux de « faire rire, de dessiner autre chose, de faire irruption », comme *Página/12* le faisait. Aujourd'hui, c'est le journal satirique et humoristique le plus ancien existant en Argentine, car même si plusieurs journaux se sont succédés au cours des décennies, aucun parmi eux n'a survécu les périodes de dictature ou les aléas des marchés. En dépit de cette certaine ancienneté, le supplément n'a toujours pas fait l'objet d'un livre comme Laurent Martin (2005) l'a fait pour le CE[193], fruit de sa thèse doctorale, ou de nombreux mémoires[194] et articles[195] consacrés à l'analyse de l'hebdomadaire français. S/12, certes, est un journal à des fins plus modestes que celles du CE. Il dépend d'un quotidien, l'équipe de travail est petite, il n'a que quatre pages… Même s'il n'est pas devenu une « institution » dans le milieu politique et journalistique comme certains aiment dire du « palmipède », il constitue un objet d'étude d'une grande richesse –comme nous le démontrerons- par le jeu sémiotique, rhétorique et stylistique qu'il propose à ses lecteurs.

Dans *La realidad satírica. 12 hipótesis sobre Página/12*, H. González soutient que la satire traverse tout le journal, au point de déstabiliser les genres –et les rubriques- les plus canoniques du journalisme, où prévaut un traitement sérieux et une exposition neutre des arguments. Cette discontinuité se voit, d'après l'auteur, dans plusieurs des suppléments du quotidien. « La véritable continuité avec le corps du journal s'établit avec les pages d'humour, *Sátira/12*, l'ostensible autre je du journal, son véritable germe et réitération » (1992 : 24). En

[192] Récupéré du site http://www.pagina12web.com.ar/institucional.html
Phrase originale citée : « *Nos planteamos hacer un diario que le hablara a la gente en su idioma cotidiano. Que rescatase el humor ácido que tanto usan los argentinos para contarse las novedades. (…) Pensábamos que este país necesitaba un medio pluralista con un único compromiso con la democracia y los derechos humanos. Que sirviera para informar con independencia y, más que respuestas, planteara las preguntas correctas* ».

[193] On peut aussi citer le livre journalistique, *Le vrai Canard* qui prétend montrer « la face cachée » du journal (K. Laske et L. Valdiguié. *Le vrai Canard*. Paris : Stock, 2008) ; et la belle compilation réalisée par J. Lamalle sur les caricatures politiques du CE, avec des textes de L. Martin, P. Lestrohan et F. Pagès : *Le Canard enchaîné. La Ve République racontée en 2000 dessins (1958-2008)*. Paris : Les Arènes, 2008.

[194] B. François, 1979; C. Resvard, 2003 ; C. Richard, 2006 ; Y. Gaude (1995). « Irrévérence et révélations dans les médias. *Le Canard Enchaîné* ou la diagonale de fou ». Mémoire de Master Recherche en Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA, Université Paris-Sorbonne, Paris ; entre autres.

[195] P. Champagne. *Le Canard enchaîné*, de la satire politique à la défense de la morale publique. *Actes de la recherche en Sciences Sociales, 89*, (*Liber, 7*), 1991 ; C. Delporte. (1992). Le monstre bicéphale. L'exécutif dans le dessin du Canard enchaîné (1959-1981). *Matériaux pour l'histoire de notre temps, 28* ; L. Martin. (2000). Pourquoi lit-on *Le Canard enchaîné* ? *Vingtième Siècle. Revue d'histoire, 68*, pp. 43-54 ; L. Martin, 2003, 2009 ; Schiffres, 1963 ; Ysmal, 1971 ; liste non exhaustive

effet, nous avons déjà évoqué la quête du supplément de se ressembler au style du quotidien, ce qui n'est pas dépourvu des fins parodiques, comme nous verrons dans le chapitre 11.

Le fait de mettre leurs Unes [Figure 3.4 (a) et (b)] côte à côte suffit pour remarquer les ressemblances de leurs maquettes : deux encadrés et le nom du journal divisent la Une en deux ; la caricature politique de Rudy et Daniel Paz se situe dans le cadre supérieur gauche (*Página/12*) ou droit (S/12); l'image de grande taille qui renvoie à l'information principale se trouve dans l'encadré en bas; les typographies sont proches; les titres renvoyant à des informations développées dans des pages internes sont présentées de forme similaire; dans tous les deux on trouve un écho -inséré dans un encadré et ayant un titre composé d'un seul mot- qui fait référence à un fait avec des composants anecdotiques. Le supplément ne présente pas pourtant la même permanence que le CE dans la mise en page de sa Une, ses rubriques et sections. En 1995, la Une ne compte plus avec la caricature politique de Rudy et Daniel Paz ni avec l'écho encadré, et son nom peut varier de place, à gauche, à droite, à orientation horizontale, verticale ou même horizontale [voir la Figure 3.4 (c)].

Figure 3.4. (a)A gauche, Une de *Página/12* du 9/12/1989. **(b)** Au milieu, Une de *Sátira/12* du 12/08/1989. **(c)** A droite, Une de *Sátira/12* du 29/04/1995.

En ce qui concerne les pages internes, dans la période de 1989 analysée (du 15 juillet au 7 octobre), on trouve une rubrique où l'on raconte *La semana en 7 días* (La semaine en 7 jours), suivie de deux ou trois échos, une colonne d'opinion, un conte et la rubrique *Esto se acaba* (Ceci se termine) ; le tout alterné avec des caricatures et *strips* politiques, dessins de fiction et petites bandes dessinées. Dans la période de 1995 considérée, la rubrique *Hoy Sátira Hoy* (*Aujourd'hui Satire Aujourd'hui*) prend la place de *La semana en 7 días* ; des strips comiques deviennent des rubriques qui se publient semaine après semaine, comme *Dormite Nico* (Dors-toi Nico) et *Pérez y Gómez*. La quatrième –et dernière- page présente des histoires drôles, des petites BD, des dessins humoristiques à des contenus non politiques. Dès les premiers numéros, S/12 a opté pour traiter un sujet principal par semaine à partir de l'approche de plusieurs dessinateurs et écrivains humoristes.

Parmi les points forts de S/12, Rudy mentionne l'ambiance et la liberté de travail, la qualité des humoristes et le fait que le supplément sort depuis plus de 20 ans. Pati souligne

l'existence d'un vrai travail en équipe, où il y a des réunions et des discussions parmi les membres du journal. Il signale aussi le fait que S/12 continue à être un espace d'humour important dans le milieu journalistique. Pour le directeur, le fait d'appartenir à un quotidien peut être perçu comme un point fort et un point faible : le supplément n'est pas contraint à sortir avec la Une du jour, mais au cours de la semaine, le sujet choisi peut changer. Un point faible mentionné par Pati est le fait que, à force de travailler pendant vingt ans dans la même publication, il peut en avoir un peu de répétition.

La dynamique de S/12 est flexible, avec deux réunions hebdomadaires informelles à laquelle participent les humoristes/écrivains et dessinateurs pour choisir un sujet de la semaine et le matériel à publier. En tant que supplément attaché à *Página/12*, le sujet est communiqué aux rédacteurs du quotidien, mais les membres de S/12 ont, estime Rudy, une grande liberté de travail. Les lundis, ils choisissent un sujet, et les mardis, ils présentent tous des esquisses des dessins, des ébauches écrits, qui sont soumis à votation. Comme dans le CE, c'est le directeur de la publication qui a le dernier mot dans le choix des titres et des images, même si le concept de *brain storming* semble être bien installé dans les deux journaux. Par rapport à l'élection des images, les raisons qui mènent à rejeter un dessin rejoignent celles évoqués par J. Lamalle dans le CE : soit parce qu'il n'est pas drôle, parce qu'il se ressemble à un autre dessin, il manque d'analyse ou présente comme donnés des faits qui devraient, au contraire, les remettre en question. Ce fait de remettre les choses en question est l'une des caractéristiques principales de S/12, d'après Rudy, et peut être identifiée comme une sorte de ligne éditoriale, une ligne qui, comme dans le CE, n'est pas clairement établie. « Je crois que c'est un journal qui continue à se poser des questions. A l'époque ménémiste, la presse disait 'ceci est bien'. Nous nous demandions: 'Est-ce vraiment bien?' maintenant ils disent 'ceci n'est pas bien' 'Mais est-ce vraiment mauvais?' ».

Au fil des années, et notamment après la décennie ménémiste, le contenu du supplément devient de moins en moins politique, son traitement bousculant vers l'humour satirique des mœurs et se caractérisant par une manière originale d'aborder la politique, à partir des faits sociaux de la vie quotidienne. A quoi obéit ce bousculement ? Rudy et Pati expliquent ceci par la fin d'une vision idéaliste de la vie politique, par un épuisement, une saturation -à leurs avis- d'un humour satirique ayant les hommes politiques comme cible. « Aujourd'hui on ne fait plus des blagues sur ce qu'un homme politique a dit et pas fait, parce que personne n'attend qu'il fasse ce qu'il a dit (…) ce n'est plus une surprise. La surprise serait qu'il accomplisse ce qu'il a promis », argumente Rudy.

3.4 Récapitulatif

Avec des traits caractéristiques déjà présents à l'époque des Grecs et Romains, la satire se distingue d'autres formes du risible par le fait de conjuguer le comique et la critique agressive et percutante avec une visée réformatrice sous-jacente, qui répondrait à une vision idéale de l'ordre des choses. Pour M. D. Fletcher, la satire « *is a mode of aesthetic expression that relates to historical reality, involves at least implied norms against which a target can be exposed as ridiculous, and demands the pre-existence or creation of shared comprehension*

and evaluation between satirist and audience »[196]. Plusieurs idées s'articulent dans cette citation, que nous développerons de manière succincte. L'auteur présente la satire à la fois comme expression artistique et comme produit intéressé à une actualité particulière. Elle involucre trois acteurs : l'auteur, son audience et la cible, sur laquelle se déploie une rhétorique de rabaissement, dérision et disqualification. Cette rhétorique repose sur et à la fois contribue à générer un certain nombre de codes partagés par les deux premiers acteurs. Un rapport de complicité s'édifie donc entre eux, condition présentée comme indispensable pour la création d'un certain type d'humour : « Il y a de l'humour politique que je ne pourrais pas faire avec des gens qui ne pensent pas comme moi », assure le dessinateur Pati. Le sentiment d'appartenance est alors clé dans le monde du journalisme satirique et même s'il n'y pas forcément des lignes éditoriales clairement définies dans les deux journaux dont porte cette thèse, comme signale Lefred-Thouron, chacun connaît bien les raisons pour lesquelles il travaille dans tel ou tel organe de presse.

Avec Bernard François (1979), nous pouvons dire que la presse satirique accomplit au moins trois fonctions principales : 1) une fonction « d'alerte sociale » car le journaliste satirique s'érige en tant qu'accusateur publique, moraliste de bon ton, poussant le lecteur à se questionner en profondeur sur l'actualité vécue; 2) une fonction récréative, car comme nous l'avons vu, tout article, tout dessin, toute caricature, vise à être drôle ; et 3) une fonction psychothérapeutique, grâce à laquelle les citoyens retrouvent dans leur journal « ses malheurs racontés », pouvant ainsi faire catharsis. En tant qu'« organe de défoulement »[197], et même si son existence est signal d'un système démocratique sain, oxygéné par une liberté de presse, la presse satirique peut aussi exister sous des régimes autoritaires : elle sert à épurer les maux en même temps qu'elle donne l'impression qu'il existe la liberté d'en parler.

Image corrosive, irrévérente, perspicace, synthétique et éphémère, la caricature politique n'est pas dépourvue d'une logique argumentative à partir d'un processus de déconstruction et reconstruction de l'actualité, orienté contre les dirigeants politiques. Comme disait Ronald Searle, « de même que l'huile et l'eau, caricature et bienveillance ne se mêlent pas » (1974 : 3), phrase avec laquelle concordent les dessinateurs que nous avons interviewés : « A quoi sert un dessin bienveillant ? Ce n'est pas dans notre tempérament, ce n'est pas notre rôle. On est là pour agir sur ce qui ne va pas, sur le négatif », assure Pétillon.

La caricature politique à une ou plusieurs vignettes (le *strip*) peut être entendue comme un discours hybride -qui conjugue information et commentaire- et symbiotique, puisqu'il articule le verbal et le visuel d'une forme très étroite. Nous proposons de réfléchir autour de ce discours à partir de trois composantes en relation : un personnage, un fait d'actualité et une situation imaginaire. Ce modèle triadique servira de base d'une étude spécifique que nous présenterons dans le chapitre 11.

Au cours des siècles, la satire a pris une grande diversité des formes écrites et visuelles, notamment dans la presse, le support qui lui a permis d'atteindre son apogée. À l'heure actuelle, elle est présente et même omniprésente avec un humour plus ludique et léger dans des productions médiatiques non forcément comiques, qui consacrent toute de même un espace à un traitement « non sérieux » de l'actualité. Est-ce la fin de la satire combative et

[196] M. D. Fletcher. (1987). *Contemporary political satire: narrative strategies in the post-modern context.* Lanham: University Press of America, p. 185.
[197] P. Sabourin. (1984). *L'humour dans la politique*. Paris : Economica, p. 44.

contestataire ? Des exemples comme le CE sembleraient être des exceptions. Une exception qui fait de ce journal un cas de grand intérêt pour l'analyse. Sa fameuse devise : « La liberté de la presse ne s'use que quand on ne s'en sert pas » donne le ton insolent, non conformiste et engagé du journal. L'ancien directeur Roger Fressoz avait une formule pour parler du rôle du « volatile » : il « doit être le fou du roi et le garde-fou de la République ». « Je trouve que c'est un assez beau rôle » -estime Erik Emptaz- « le côté bouffon, on doit rigoler, et garde-fou de la République, quand ça ne vas pas on doit être là pour le dire ».

En détournant des genres et des codes établis, il manifeste une volonté d'être en dehors du système, désir qui est partagé avec S/12, le journal satirique le plus daté de la période de la post-dictature en Argentine. Comme son organe d'appartenance, *Página/12*, le supplément argentin a choisi de mettre à l'exergue un choix stylistique (González, 1992). Ceci confère au journal un intérêt métalangagier, en syntonie avec une certaine tendance qui se manifeste dans ces temps contemporains, de transposition des genres et styles (Steimberg, 2001 et 2004). Ces temps esthétiques néobaroques sont des temps de fusion, d'expérimentation, de rupture et d'instantanéité.

RÉCAPITULATIF DE LA PREMIÈRE PARTIE

Au cours de cette première partie de notre thèse, nous avons fait appel à de nombreux courants théoriques, issus des disciplines diverses afin de poser les bases de la satire politique contemporaine. Nous avons compris que le champ du risible présente des formes aux frontières poreuses et nous avons fait un effort pour les délimiter, combinant une étude terminologique en français, espagnol et anglais avec l'approche littéraire, psychologique, sociologique et communicationnelle de nombreux auteurs consultés. Nous avons constaté que ce n'est pas pertinent ni possible de restreindre notre étude à la satire car elle conjugue diverses formes comme l'humour, l'ironie, la parodie, le pastiche ou le mot d'esprit. La satire se nourrit de discours offensifs et de discours comiques avec l'intention ultime de dénoncer et critiquer les abus et les excès. Elle se sert du rire à des fins stratégiques car celui-ci lui permet de décharger des tensions tout en gagnant la complicité/l'adhésion du récepteur.

La satire politique prend comme cible principale la classe dirigeante, la responsabilité de l'action gouvernementale tombe sur quelques visages et corps qui font l'objet des charges des caricaturistes. Nous avons vu que la personnalité des hommes et des femmes politiques est une des composantes basiques dans leur image, ce qui nous fait penser que les satiristes verbaux et visuels s'attaqueront de bon gré à leurs traits de caractère. Cet intérêt pour la personnalité des individus politiques s'explique par un phénomène croissant de personnalisation, vedettisation et spectacularisation de l'exercice politique. À l'heure actuelle, le régime de visibilité convoité par les politiques leur impose de nouvelles règles, déterminées en grande partie par une logique télévisuelle : le traitement médiatique du politique se fait de manière plus courte, rapide et légère. Construire l'image d'un homme ou d'une femme politique qui réponde aux attentes de l'électorat est un travail complexe confié à des experts en communication et marketing politique. Grâce aux études en psychologie politique, nous avons identifié cinq dimensions qui réunissent des traits positifs et négatifs chez un dirigeant politique : la compétence, l'intégrité, la fiabilité, le charisme et l'empathie. Elles nous seront de profit au moment d'analyser l'image satirique des personnages politiques choisis.

La spectacularisation de l'exercice politique est souvent critiquée par la presse satirique, même s'il est difficile pour elle de ne pas nourrir, d'une certaine façon, ce processus lorsqu'elle tourne la classe politique en dérision. Il faut à cet égard situer la satire dans les temps postmodernes ou néobaroques, où les genres sont transposés, où la satire se généralise tout en se banalisant et cède du terrain face à une forme ludique dépourvue de grandes

idéologies. Cette transposition de langages, de styles, de genres constitue un vrai défi pour le récepteur, cette sorte de bricoleur qui doit actualiser ses savoirs dans chaque acte d'interprétation des textes où l'implicite et le double sens sont monnaie courante.

Nous avons réfléchi autour de la pertinence d'opter pour l'expression *caricature politique* afin de faire référence aux dessins satiriques à une seule vignette et nous avons choisi, à la suite des membres du *Canard enchaîné*, le terme *strip* pour les dessins à plusieurs vignettes. Ces dessins à une ou plusieurs vignettes sont considérés comme des textes mixtes et hybrides, qui combinent le verbal et le visuel, l'information et le commentaire. Nous avons conçu un modèle triadique pour leur étude, composé de trois éléments indispensables en étroite relation : le personnage, le fait d'actualité et la situation imaginaire.

Après avoir présenté quelques éléments de caractérisation du genre satirico-humoristique sur lequel porte notre thèse, nous avons présenté les deux journaux qui constituent nos corpus d'analyse : *Le Canard enchaîné* et *Sátira/12*, qui présentent des particularités de grand intérêt pour conduire une étude spécifique.

La deuxième partie de cette thèse sera consacrée à compléter le cadre théorique et à présenter le cadre méthodologique et contextuel. Nous nous y appuierons pour analyser nos corpus des titres et des images.

DEUXIÈME PARTIE :

Poser les bases théorico-méthodologiques et contextuelles de la recherche

Notre approche est interdisciplinaire non seulement par l'interaction de plusieurs cadres théoriques provenant des disciplines différentes -comme nous avons signalé dans l'Introduction et la première partie de la thèse- mais aussi par l'articulation de diverses méthodes qui nous permettront de construire un appareil théorico-méthodologique pour aborder des textes verbaux et mixtes d'une grande richesse et complexité discursive.

Cette deuxième partie est constituée de trois chapitres servant à poser les bases théorico-méthodologiques et contextuelles de la recherche.

Après avoir présenté dans la première partie de notre thèse deux grands piliers qui unissent la satire, l'humour et la caricature à la politique ; dans le quatrième chapitre nous présenterons des fondements théoriques et méthodologiques issus de la sémiotique, la linguistique, la rhétorique et la stylistique pour analyser le verbal et le visuel. Nous examinerons des implications liées au fait de concevoir un langage et une grammaire humoristiques. Nous nous attarderons ensuite, dans les figures rhétoriques linguistiques et icono-plastiques, recours centraux du comique ; et nous présenterons diverses perspectives théoriques qui nous permettront de réfléchir autour des stratégies discursives opérant dans la presse satirique.

Le cinquième chapitre présente de manière détaillée les objectifs de la thèse et délimite les corpus à analyser. Il spécifie le parcours méthodologique et décrit les techniques utilisées. Il précise en plus, le système catégoriel élaboré à partir d'une articulation entre la théorie et l'observation empirique du corpus pour l'analyse des titres et des images satiriques. Ces précisions sont accompagnées de nombreux exemples dans le but d'expliciter les choix analytiques.

Le sixième chapitre présente quelques repères contextuels qui aideront le lecteur à se situer par rapport aux régimes politiques en France et en Argentine ; aux contextes socio-politiques des deux pays restreintes aux périodes choisies pour délimiter l'analyse ; et aux biographies des présidents Jacques Chirac et Carlos Menem.

Chapitre 4 :

Une approche semio-linguistique et rhetorico-stylistique du verbal et du visuel dans la presse satirique

Un peu comme le bricoleur lévi-straussien, nous nous appuierons sur diverses approches théoriques –sémiotiques, linguistiques, rhétoriques, stylistiques- pour donner forme à un appareil conceptuel qui nous permettra d'entrer dans le monde de la satire et de l'humour politiques à partir de plusieurs angles (section 4.1.). Nous développerons l'idée selon laquelle les procédés satirico-humoristiques -dont les figures rhétoriques occupent une place de choix- obéissent à une sorte de grammaire plus ou moins implicite (4.2.). Une grammaire qui tient compte des particularités du langage verbal et visuel de manière séparée mais aussi intégrée (4.3.). Pour ce faire, la rhétorique et la stylistique nous fourniront quelques concepts indispensables, conçus initialement pour étudier la parole mais étendus plus tard au terrain de l'image (4.4.). Un regard sémiotique et rhétorico-stylistique intéressé à la production textuelle serait néanmoins insuffisant pour rendre compte du phénomène satirico-humoristique sans incorporer une dimension communicative et pragmatique qui contemple le destinataire de ces textes et qui fournit des instruments pour réfléchir autour de possibles stratégies discursives construites dans la presse satirique (4.5.). Une sorte de synthèse récupérera certains des points saillants pour faire un bilan de ce chapitre (4.6.).

4.1 Un carrefour de courants théoriques pour l'étude des matérialités langagières du discours satirico-humoristique

En tant que phénomène langagier spécifique, subversif, ludique et réflexif, le discours satirico-humoristique constitue un objet d'étude d'énorme intérêt pour certains courants communicationnels. C'est le cas des perspectives intéressées aux matières langagières qui orientent et construisent les regards portés par le public sur le monde actuel[198]. « S'il est un domaine où l'on sent, voit et entend l'utilisation particulière qui est faite du langage, c'est

[198] G. Lochard et J.-C. Soulages. (2007). « La sémiologie : une posture et des démarches », *in* S. Olivesi (dir.). *Introduction à la recherche en SIC*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

bien celui du comique et plus spécifiquement de l'humour », souligne pertinemment Christian Morin[199].

Pour rendre compte de certaines de nombreuses spécificités de ce champ comique, nous adopterons une approche qui combine la sémiotique et la linguistique, la rhétorique et la stylistique. Au carrefour de plusieurs courants théoriques, nous nous appuierons sur des travaux en sémiotique et rhétorique verbale et sémiotique et rhétorique visuelle, sur les théories de l'énonciation, de l'intertextualité et de la polyphonie et sur l'étude des figures rhétoriques.

Dans ce travail, nous considérons les titres et les images satiriques comme des textes, où *texte* renvoie à un tout discursif cohérent qui répond à certaines règles syntaxiques dans ses stratégies de communication[200]. Si nous adoptons un regard semio-linguistique, nous sommes pourtant consciente de ses limites et postulons la nécessité de développer davantage des constructions conceptuelles spécifiques au langage visuel. Le sémiologue Juan Magariños de Morentín[201] va dans le même sens quand il affirme que les études à propos de l'image ont une histoire considérable et une abondance documentaire qui permettent de postuler le besoin de développer non seulement une terminologie propre mais aussi une spécificité dans la caractérisation des opérations visuelles. « Il devient nécessaire de disposer d'une métasémiotique qui utilise les recours propres de l'imaginaire pour rendre compte de différents aspects inhérents à l'étude de l'image ».

En ce qui concerne notre approche rhétorique et stylistique, il faut dire que nous nous centrerons davantage sur les figures rhétoriques ou de style que sur le plan argumentatif, mais nous serons également attentive à l'analyse des traits distinctifs des auteurs des productions satirico-humoristiques considérées qui servent à constituer leur style. Le style est ici compris comme un mode particulier de faire (Steimberg, 1998), avec des spécificités expressives distinctives qui donnent unicité et cohérence à une œuvre.

4.2 Un langage, un code, une grammaire humoristique ?

Depuis quelques décennies, un bon nombre de concepts de la linguistique ont été et sont transposés à d'autres systèmes de signes car, comme l'a signalé Dominique Noguez (1969a), leur utilité dépasse largement le langage verbal. C'est le cas de l'image, un langage à part entière (voir *infra*) avec une sémantique[202], une syntaxe[203], une pragmatique[204] ; une rhétorique[205, 206].

---

[199] C. Morin. (2002). Pour une définition sémiotique du discours humoristique. *Protée, 30(3)*, p. 94.
[200] L. Vilches. (1984). *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Barcelona: Paidós.
[201] J. Magariños de Morentín. (1999). Operaciones semióticas en el análisis de las historietas in Óscar Quezada Macchiavello (ed.), *Fronteras de la semiótica. Homenaje a Desiderio Blanco*. Perú: Universidad de Lima-Fondo de Cultura Económica.
[202] B. Cocula et C. Peyroutet (1986). *Sémantique de l'image. Pour une approche méthodique des messages visuels.* Paris : Delagrave.
[203] D. Dondis. (1992). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual.* Barcelona: Gustavo Pili.
[204] P. Fresnault-Deruelle. (1997). *L'image placardée*. Paris : Nathan.
[205] R. Barthes. (1964). Rhétorique de l'image. *Communications, 4.* ; J. Durand, (1970). Rhétorique et image publicitaire. *Communications, 15* ; Groupe µ. (1992). *Traité du signe visuel. Pour une rhétorique de l'image.* Paris: Éditions du Seuil.

Notre hypothèse majeure de travail consiste à penser les procédés de l'humour et d'une façon plus large, du comique, comme une grammaire, où intervient un certain nombre d'éléments articulés et qui répondent à un ensemble de règles. La grammaire peut être entendue comme une construction linguistique (ou icono-plastique), une structure immanente au langage, un système de règles en fonctionnement qui est sous-jacent au langage[207]. Mais est-ce que l'humour peut être conçu comme un langage ? D'après Dominique Noguez, la réponse est affirmative. Déjà en 1969, il publia un article qu'il intitula courageusement *Structure du langage humoristique*. La même année, dans *L'humour, ou la dernière des tristesses*, il définit le langage d'après une perspective large « comme un certain arrangement de signes destinés à la communication »[208]. En effet, si encore avec D. A.Cruse[209], nous entendons par langage un système de signes conventionnels dont la structure sert à transmettre des signifiés, la proposition de D. Noguez est bien séduisante.

Dans notre Introduction, nous sommes partie d'une définition élargie de *grammaire*, comme un ensemble « des principes et des règles qui président à l'exercice d'un art » (TLFi). Cette acception nous semble correspondre assez bien au système qui opère au sein de l'humour. Parler de grammaire –ou plus loin, de langage- signifie donc penser l'humour comme un système qui présente un certain degré d'articulation. La proposition n'est pas nouvelle mais implique le fait de surmonter certaines critiques qui ne voient dans le comique et ses variantes qu'un terrain de surprises, de liberté, de transgressions des normes, d'émotions, de mystère et d'imprécision. Notre posture combine ces deux pensées et permet de percevoir le comique et plus ponctuellement l'humour, comme un phénomène en tension, entre la répétition et l'innovation, entre la systématisation et la création.

Essayer d'élucider une grammaire de l'humour à partir de l'étude des productions humoristiques, c'est-à-dire, à partir de l'usage qui est fait de l'humour, est une démarche qui se rapproche à celle proposée par Paul Hopper dans sa théorie sur la grammaire émergente. « *The notion of Emergent Grammar is meant to suggest that structure, or regularity, comes out of discourse in an ongoing process* »[210]. Selon cette perspective, on appelle *grammaire* un ensemble vaguement défini d'aspects récurrents de l'usage, qui se « sédimentent ». Leur statut se renégocie de manière constante dans la *parole*. Le langage est une activité en temps réel ; la structure émergente n'est pas fixée ni déterminé, elle est ouverte et en permanente évolution. Contrairement à une perspective qui voit la grammaire comme un *a priori*, une structure externe et imposée aux sujets parlants, cette conception la considère comme peu rigide et plus floue. Si nous proposons une grammaire de l'humour, c'est dans ces termes qu'il faudrait la penser.

Au cours de nos chapitres de résultats, nous essayerons de démontrer en quoi le discours satirico-humoristique peut être conçu comme un système. Nous analyserons son

---

[206] Ces références, c'est évident, sont loin d'être exhaustives. Il existe une grande quantité des travaux en sémiotique de l'image qui travaillent cette idée de langage.
[207] T. Lewandowski. (1995). *Diccionario de lingüística*. Madrid: Cátedra.
[208] D. Noguez. (1969b). L'humour, ou la dernière des tristesses. *Études françaises, 5(2),* p. 140.
[209] D.A. Cruse. (1990). « Language, meaning and Sense : Semantics » *in* Colling N. (ed.). *An Encyclopaedia of Language*. Londres: Routledge, pp. 139-172.
[210] P. Hopper. (1998). Emergent grammar *in* M. Tomasello (ed.). *The new psychology of language. Cognitive and functional approaches to language structure*. New Jersey: Lawrence Earlbaum Associates, p. 156.

fonctionnement, en tentant de distinguer certaines de ses règles et parvenir, ainsi, à ébaucher une grammaire.

Mais arrêtons-nous maintenant sur l'article *Structure du langage humoristique* de D. Noguez, un apport intéressant qui nous permettra d'enrichir notre approche. L'auteur soutient qu'une raison de confusion majeure dans l'humour a été de mélanger la structure du langage humoristique -son fonctionnement, sa syntaxe- et sa signification. Inspiré de certains concepts de F. de Saussure, il situe l'humour à mi-chemin entre la langue et la parole. La langue est générale, la parole est particulière et individuelle. Il ne peut s'agir d'une langue : l'humour déteste « la ligne droite » et prend un « goût pour des détours ». Dans ce sens, l'humour serait plutôt une « antilangue ». Il ne peut pas non plus être perçu comme une parole, si on lui accord une structure générale, « un élément commun et repérable chez tout humoriste » (1969a : 41). L'humour est pour l'auteur un code, ou mieux, un sur-code, « le code d'un code ». Le codage humoristique se caractérise par « l'inadéquation de son signifiant et de son signifié » ; le signifiant ne correspond pas au signifié naturel. C'est ce que l'auteur a appelé « duplicité contradictoire », ce qui l'a poussé à proposer la syllepse comme l'une des figures emblématiques de l'humour : un signifiant correspond à deux signifiés différents[211].

Le décodage de l'humour vient du fait de s'apercevoir du caractère artificieux de l'articulation entre le signifiant et le signifié, qui nous incite à faire notre interprétation à un deuxième niveau. Or, quel doit être la juste dose de cette artificialité ? Celle-ci ne doit être ni trop transparente ni trop opaque, elle doit être plutôt « translucide », ni trop grande et donc évidente, ni trop petite, c'est-à-dire masquée. Dans un texte humoristique agissent des signifiants « hypocrites » puisqu'ils jouent un double jeu, mais il arrive que d'autres signifiants se glissent, afin d'aider à décoder les signifiés : des « signifiants démasqueurs » : un clin d'œil, une intonation particulière dans l'échange face à face, un point d'exclamation à l'écrit, un trait plastique dans la caricature, la connaissance du contexte concret ou large dans lequel s'insère le texte humoristique.

En termes généraux, D. Noguez voit dans l'humour un amenuisement de la langue, une remise en question : « Raccourcissement sur le plan des syntagmes, mais extrême abondance des associations implicites sur le plan des systèmes, *l'humour est syntagmatiquement sous-développé, associativement (ou systématiquement) sur-développé*. C'est une litote » (1969a : 47). Voici une idée intéressante et joliment formulée.

A la suite de Louis Cazamian, il distingue la forme de la matière (le contenu) de l'humour. Pour le premier, la forme serait parfaitement définissable, alors que la matière serait assignée par chaque humoriste, n'étant donc pas repérable ni classifiable. Si Noguez est d'accord avec Cazamian par rapport à la forme –elle comprend le procédé décrit plus haut : une liaison inadéquate et artificielle entre le signifiant et le signifié-, il s'en éloigne par rapport à la conception du contenu, qui ne serait pas indifférent à la structure formelle.

Cette réflexion se rapproche avec force de nos intérêts puisque l'un des objectifs de notre travail est de chercher justement des associations entre certaines catégories formelles et certaines catégories de contenu[212] (le lecteur pourra apprécier dans notre terminologie, un autre point de proximité avec l'œuvre de Noguez).

---

[211] D. Noguez. (2000). *L'arc en ciel des humours.* Paris: Librairie générale française.

[212] Voir le Chapitre 5 : Approche pluriméthodologique de l'objet d'étude : objectifs, corpus et système catégoriel.

D'après Bernard Gendrel et Patrick Moran[213], l'humour dont fait l'objet cette thèse est perçu comme un « jeu de langage », en contraposition à une perspective plus essentialiste, philosophique et psychologiste qui voit dans l'humour une « forme de vie », une vision du monde, un « cadre structurant du langage et de la pensée ». La conception de l'humour comme un jeu de langage est plus restreinte aux sciences du langage et de la communication, elle est plus concrète et identifiable et s'intéresse à l'humour en tant que code, entendu selon une perspective communicationnelle. Les auteurs rejoignent ici certaines idées de Charaudeau, Attardo et Raskin (voir la section 1.4.), qui nous semblent très justes et c'est le fait de concevoir l'humour (et le comique) comme le résultat de toute une situation de communication. Ceci implique le fait de considérer des aspects non seulement rhétoriques mais aussi pragmatiques. A cet égard, il faut dire que la notion de *jeu* est empruntée de Wittgenstein dans ses *Recherches philosophiques*, où il étudie le langage dans le contexte pragmatique en essayant de saisir le sens de par son utilisation. Le jeu renvoie à la manière dont on se sert de la langue, aux innombrables formes d'utilisation des signes.

Le lecteur s'apercevra que l'idée de jeu peu apparaître à plusieurs reprises au fil des pages. Dans l'humour et le comique, on joue avec les sons, les sens, les formes, l'ordre des signes. D'après une perspective psychologique, le jeu permet de prendre de la distance et d'une certaine façon se libérer des conventions, il rompt avec le monde réel, avec la langue, même s'il répond à un système de règles internes. Pour nous, le jeu n'est pas forcément gratuit comme estime Noguez, il n'est pas « le contraire de l'utilitaire » (1969b : 142). Nous ferons ponctuellement référence au jeu en tant qu'acte ludique, mais dans le cadre de la satire, il n'est que rarement dépouillé d'un caractère subversif, critique ou de dénonce.

4.3 Le verbal et le visuel, le linguistique et l'icono-plastique

Le développement des études sur l'image a été marqué par la transposition, souvent d'une manière métaphorique, des termes et concepts conçus pour le langage verbal. Fernande Saint-Martin[214] postule que les premières considérations du langage visuel ont été totalement subordonnées aux catégories du langage verbal ; les éléments de base du signe visuel qui ne pouvaient pas être nommés, et donc décodés à partir du verbal, étaient exclus d'une réflexion analytique.

Dans le terrain de la rhétorique, Roland Barthes dans son célèbre *Rhétorique de l'image* (1964) a été le premier à insinuer que ce champ ne concernait pas seulement au verbal. Il a lancé l'hypothèse selon laquelle il existerait une rhétorique générale à la base de tout système de significations. Le courant initié par Barthes a marqué l'esprit d'un grand nombre des chercheurs qui se sont penchés sur l'étude rhétorique et sémiotique de l'image et postérieurement, sur d'autres systèmes de représentation.

Deux décennies plus tard, le Groupe µ a contribué considérablement au développement d'une rhétorique appliquée à l'image. Son ouvrage *Traité du signe visuel* (1992), fait partie d'un projet plus vaste auquel le groupe s'est attaché, et sur lequel Barthes

[213] B. Gendrel et P. Moral. (2007). L'humour: panorama de la notion. *Fabula*, théorie de la littérature, actualité des études littéraires, http://www.fabula.org.
[214] F. Saint-Martin. (1987). *Sémiologie du langage visuel*. Québec : Presses de l'Université du Québec.

s'est prononcé : celui d'une rhétorique générale. Avant de tenter d'appliquer des modèles rhétoriques à une communication visuelle, ils se sont consacrés à poser les fondements d'une sémiotique visuelle qui n'était pas jusqu'alors clairement définie. A cet égard, les apports du groupe sont fort importants pour la constitution des bases d'un langage visuel.

On peut soutenir que l'image est un langage dans un sens moins strict que celui de la linguistique. Il existe un enchaînement de signes avec une intention communicative, mais différemment que dans le langage verbal, où les unités linguistiques suivent une logique linéaire. Les unités du message visuel sont co-présentes dans un même espace et sa structure est irréductible au fonctionnement linguistique.

Deux grandes périodes marquent le développement de la sémiotique (et de la rhétorique) visuelle, particulièrement dans l'Europe francophone : ses débuts dans les années 60 avec le travail fondateur de Barthes ; les apports de Durand et d'autres études publiées jusqu'à la fin des années 80 (Metz, Péninou, Fresnault-Deruelle…), qui ont fait prévaloir la composante iconique du signe ; et les travaux ultérieurs dont le *Traité du Signe Visuel* du Groupe µ en 1992 qui défendent l'autonomie du signe plastique, jusqu'aujourd'hui.

Dans son traité, le Groupe µ se propose de comprendre l'image visuelle comme un système de signification, avec « une organisation interne autonome » (1992 : 11). Pour ces auteurs, la sémiotique des images ayant tenté de se constituer jusqu'à ce moment, n'était guère qu'une sémiotique iconique. Le plastique est apparu fréquemment comme subordonné à l'iconique, constituant le plan de l'expression, autrement dit, le signifiant du contenu iconique. L'iconique était investi par conséquent, d'un statut de signifié.

Le Groupe de Liège a démontré que les composantes plastiques d'une image, comme les couleurs, la texture et la forme, étaient des signes complets et non seulement la matérialité d'expression des signes iconiques. Les deux groupes de signes peuvent être solidaires dans leur manifestation matérielle : « On peut, en effet, poser que la lecture de ces derniers [les signes iconiques] est une lecture qui parvient à reprendre tous les éléments plastiques au niveau iconique (…) : tel jaune permet d'obtenir la reconnaissance du type "citron", tel bleu permet d'obtenir celle de "ciel" » (1992 : 119). Pourtant, tant les signes iconiques que les signes plastiques restent des signes autonomes –encore qu'en étroite relation- et complets.

C'est pour toutes ces considérations que nous avons choisi de parler des signes *icono-plastiques* pour faire référence aux éléments qui constituent le langage visuel, une approche qui nous semble plus complète et « intégrationnelle ».

4.3.1 L'approche intégrationnelle

Le continu dans la chaîne de significations des textes verbaux, visuels, auditifs, tactiles, qui nous entourent au quotidien, que nous produisons et que nous interprétons, assimile la lecture –au sens large- non pas à une activité isolée mais intégrée dans laquelle plusieurs de nos perceptions sensorielles peuvent intervenir simultanément. Comme l'affirme Roy Harris, notre siècle est celui « de la civilisation des signes »[215] car plus que jamais, nous devons faire preuve d'une grande capacité cognitive pour déchiffrer des signes qui circulent à travers des canaux très divers.

[215] R. Harris. (1994). *La sémiologie de l'écriture*. Paris : CNRS éditions, p. 11.

Ensemble avec d'autres chercheurs de l'Université d'Oxford pendant les années 80, R. Harris a proposé une théorie intégrationnelle de la communication humaine, qui s'est étendue internationalement et compte aujourd'hui avec des sympathisants dans plus d'une vingtaine des pays. Cette approche conçoit la communication non pas comme un processus clos et automatique mais ouvert et continu, où tous les intervenants sont libres de construire leurs interprétations en fonction du contexte. D'après cette théorie, ni les canaux ne sont indépendants ni les signes ne sont étrangers au contexte. Le signe n'est pas autonome[216] ni indépendant puisqu'il est le produit d'une situation communicationnelle concrète. L'unité de base de cette perspective intégrationnelle est donc le signe en situation : « le signe tel qu'il se présente à nous en état de marche, le signe déjà au travail dans une entreprise de compréhension ou de communication » (Harris, 1994 : 137). Cette vision du signe n'est pas si distante de la théorie de la grammaire émergente, qui ne conçoit pas le signe (la grammaire) comme un *a priori*, comme étant préétabli. Le signe dépend de la situation de communication, de l'usage qui est fait de lui.

Tout texte est soumis à un ensemble de conditions de production et de lecture (ou d'interprétation) : l'histoire des intervenants dans la communication et la situation dans laquelle ils se trouvent, avec leurs spécificités sur les plans physiques, physiologiques, social, etc. Ces conditions constituent le *contexte* d'après la perspective intégrationnelle. Ces idées présentent de grandes similarités avec la théorie de la sémiosis sociale d'Eliseo Verón[217]. Le lecteur assume un rôle actif. Son travail « n'est ni la réception ni la production d'un texte : c'est un travail d'*intégration sémiologique* » (Harris, 1994 : 151). Nous reviendrons sur cette conception plus tard au sujet des compétences du lecteur.

Cette approche est intéressante parce qu'elle permet d'avoir une vision large sur le processus de communication qui nous semble tout à fait pertinent dans le terrain qui nous occupe. Les textes écrits (titres) et mixtes (caricatures et *strips* politiques) qui font notre objet d'étude coexistent avec d'autres textes au sein du journal, lui-même un texte plus grand produit dans une situation de communication particulière, à une époque et à un lieu spécifique, pour un lectorat particulier, avec son histoire et sa vision du monde. Ces textes écrits et mixtes ne peuvent point être considérés comme des productions achevées au moment de leur publication. Une pluralité d'interprétations est à l'œuvre, des interprétations qui se juxtaposent, se chevauchent, mais aussi, qui peuvent s'éloigner et s'opposer. Le sens résulte d'un processus dynamique dans lequel intervient autant l'auteur que le lecteur. Le texte est ainsi revêtu d'un « statut communicationnel », comme le dit Yves Jeanneret[218, 219]. Il faudrait garder cela dans l'esprit quand nous travaillerons sur la représentation construite autour de Jacques Chirac et de Carlos Menem. Si le sens des textes satirico-humoristiques

[216] Différemment, comme nous l'avons vu, du Groupe µ, encore que ce dernier se prononce sur un autre aspect.
[217] E. Verón (1987). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad.* Buenos Aires: Gedisa.
[218] Y. Jeanneret. (1998). *L'affaire Sokal ou la querelle des imposteurs.* Paris : Presses Universitaires de France.
[219] Un regard différent sur le processus de construction de l'image présidentielle sur lequel porte cette thèse -ici focalisé sur l'étude des textes- pourrait avoir pour objet le processus communicationnel et ses différentes instances de médiation à partir desquelles un texte médiatique circule dans la société. Cette approche serait l'affaire des études en médiation. Voir à ce sujet, par exemple : A. Hennion. (1993). De l'étude des médias à l'analyse de la médiation : esquisse d'une problématique *in* D. Bougnoux (dir.). *Sciences de l'information et de la communication*. Paris : Larousse, pp. 687-697. Une étude de cas centrée sur la médiatisation d'une série de textes mixtes (les caricatures de Mahomet) est réalisée par A. Seurrat (2008). La mise au jour des médiations à travers l'affaire des caricatures. Citations d'images. *Communication & Langages, 155*, pp. 27-38.

n'est pas clos et fini -car ces derniers sont susceptibles de plusieurs lectures- c'est vrai aussi qu'il ne s'agit pas « de n'importe quelle lecture »[220].

Comme nous le verrons au fil des pages, peut-être plus que dans n'importe quel autre texte, les productions comiques exigent, de la part du lecteur, l'actualisation d'un nombre incommensurable des références culturelles. Ces références sont souvent formulées d'une manière implicite et dépassent les limites de l'actualité immédiate.

Une vision intégrationnelle sur cette immensité de signes qui circulent en permanence à travers de divers canaux, nous semble être une approche tout à fait pertinente et enrichissante. Il y a création de sens à tous les niveaux de communication, verbaux ou non-verbaux, et cela se produit de manière simultanée et continue.

4.3.2 Autour du rapport « texte-image »

De nos jours, on pourrait dire qu'elles sont très rares, les productions discursives dont la matérialité graphique engage un seul système signifiant. Parmi les cas les plus nets de textes mixtes fixes, on peut citer les cartes physiques, les calendriers, les annonces publicitaires, les infographies, les bandes dessinées, les contes illustrés… Or, comment opèrent dans ces textes mixtes les différents systèmes signifiants concernés ? Comment contribuent-ils à la production de sens ?

Dans le cas de textes mixtes qui engagent des signes linguistiques et icono-plastiques comme dans les caricatures et *strips*, il est habituel d'appeler le verbal et le visuel à travers l'expression « texte-image ». Cependant, il existe un certain accord pour considérer l'image comme un texte (« séquence de signes qui produit du sens » ; Zunzunegui, 1998 : 78). De la même façon, il est possible de parler de composants plastiques dans l'écriture (voir Harris, 1994), comme la typographie (la hauteur, l'inclinaison, l'épaisseur des caractères), ou les calligrammes, probablement le cas de conjonction majeur entre le verbal et le visuel. C'est pour cela qu'au lieu de parler du « rapport texte-image », nous opterons pour *rapport, articulation, interaction linguistique et icono-plastique*, ou *verbal et visuel*.

De quelles manières a été alors conceptualisée cette interaction ? Les changements technologiques et culturels des 60 dernières années, qui ont suscité une prolifération de messages mixtes, ont incité certains à parler de l'avènement d'une « civilisation de l'image », qui déplacerait le langage verbal et en particulier, le langage écrit. Roland Barthes a prononcé une phrase célèbre à ce sujet : « il n'est pas très juste de parler d'une civilisation de l'image : nous sommes encore et plus que jamais une civilisation de l'écriture » (1964a : 43). Cette conception de l'hégémonie verbale au-dessus de la représentation visuelle est sous-jacente dans les questions qu'il a formulées autour des fonctions du linguistique par rapport au icono-plastique : « L'image double-t-elle certaines informations du texte, par un phénomène de redondance, ou le texte ajoute-t-il une information inédite à l'image ? (1964a : 43). L'auteur propose deux fonctions principales qu'il assigne au linguistique par rapport à l'image : l'ancrage et le relais. Il reconnaît l'ancrage comme plus fréquent, notamment dans la photographie de presse et la publicité. Ici le verbal restreint la « chaîne flottante de signifiés »

[220] S. Curti. (2006). « Dessin d'actualité et représentation de l'imaginaire politique. Approche sémio-rhétorique d'un corpus de presse (Les élections présidentielles de 2002 en France) ». Thèse doctorale en Sciences du Langage, Didactique et Sémiotique, Université de Franche-Comté, p. 160.

caractéristique de l'image de par sa nature polysémique, en orientant et ainsi contrôlant la lecture, à partir de la sélection de quelques possibles interprétations au détriment d'autres. En échange, la fonction de relais implique une relation de complémentarité entre la parole et l'image, formant toutes les deux une « macro-unité » dans le processus de production du sens. Il l'identifie dans les dessins humoristiques, les bandes dessinées et les films.

Intéressé également par cette relation entre le verbal et le visuel, Alonso Erausquín (1995) élabore une classification où les deux langages se situent au même niveau opérant dans la photographie journalistique. Il distingue quatre formes d'interrelation : indépendance ou autonomie, redondance, complémentarité et contradiction. L'auteur élabore une classification par rapport à l'articulation des deux langages à partir de la photo de presse et la légende, en considérant la tâche qu'ils assument en fonction de la présentation des événements et des commentaires. Ceci n'est pas sans rapport avec notre modèle triadique présenté dans le troisième chapitre, où nous faisons une distinction entre fait d'actualité et situation imaginaire. Alonso Erausquín identifie quatre combinaisons possibles : 1) le verbal et le visuel présentent l'événement, 2) le visuel présente l'événement, et le verbal, le commentaire ; 3) le verbal présente l'événement, et le visuel, le commentaire ; et 4) le verbal et le visuel présentent le commentaire.

Tous ces apports serviront de cadre pour l'étude interrelationnelle des langages verbal et visuel dans les caricatures et *strips* politiques que nous présenterons dans le chapitre 11 de notre thèse.

4.4 Rhétorique et stylistique

Au début, au cœur de la pratique oratoire à l'agora, plus tard reléguée à un simple répertoire de procédés stylistiques, la rhétorique a gagné un renouveau dans la seconde moitié du XX^{ème} siècle et les études qui se nourrissent de ce champ disciplinaire n'ont cessé de croître.

La *technè rhétorikè* (rhéteur=orateur) ne s'intéresse pas au *recte dicendi*, terrain de la grammaire normative, mais au *bene dicendi*, c'est-à-dire, à la maîtrise de l'expression dans un but de persuasion ; *bien* relevant plus du domaine de l'efficacité que de la morale. La rhétorique est ainsi définie comme l'art de bien dire afin de persuader, cette définition laissant entrevoir un lien étroit entre la théorie et la *praxis* discursive. Comment gagner le soutien de l'audience ? Telle a été la finalité ultime des rhéteurs grecs et latins.

Il ne s'agit pas de démontrer la vérité, ni de convaincre à partir des arguments probables, il s'agit de persuader à partir du vraisemblable. La rhétorique se sert du rationnel, le *logos*, mais incorpore le passionnel, le *pathos* : la persuasion implique le fait d'émouvoir et de plaire. Persuader est « à la fois une technique, un talent et une virtuosité artistique », signale Georges Molinié (1992 : 6). La conjonction des connaissances techniques, de la pratique et d'un don propre confère au rhéteur le pouvoir de faire penser, faire sentir aux autres ce qu'ils ne pensaient pas ou ne sentait pas au préalable.

Comme le souligne Olivier Reboul[221], la rhétorique comprend à la fois l'art –où l'*art* désigne ici « tantôt la technique tantôt la beauté »- de persuader par le discours; l'enseignement de divers procédés servant à maîtriser cet art ; et la théorie qui tente de le comprendre et de l'expliquer. C'est dans le sens de cette dernière que nous y ferons référence. Ce sens fait d'elle un métalangage, ce sens la pousse à réfléchir sur sa propre essence.

Quoiqu'elle ne constitue que deux parties d'un tout, la rhétorique a été traditionnellement divisée en fonction de deux grands objets d'étude : l'argumentation, d'un côté, et les figures du discours, de l'autre. L'étude centrée sur les procédés formels du discours peut être regroupée sous le nom de *théorie de l'écart*, selon le postulat principal qui consiste à concevoir les figures comme formant une espèce d'écart par rapport à une norme, à ce qui serait un « degré zéro du langage». Toute personne accepte sans objections le fait qu'il existe plusieurs façons d'exprimer une idée : en argot, de manière elliptique, soutenue, etc. Néanmoins, parmi elles, il y en a certaines qui sont plus appropriées dans la communication usuelle et utilitaire et qui sont considérées comme normales : c'est-à-dire, conformes à une norme, à une règle générale admise par une communauté. Cette phrase normative réunit certaines caractéristiques telles que le fait d'être monosémique et dénotative, de correspondre à un « degré zéro du discours », de répondre à une structure grammaticale de base. Dès qu'une phrase déroge à ces règles apparaissent les écarts, donnant naissance à un style (Cocula et Peyroutet, 1986).

Les figures du discours sont au carrefour de la rhétorique et de la stylistique et que l'on préfère l'acception de *figures rhétoriques* ou *figures de style* dépend de l'accent mis sur son potentiel argumentatif ou esthétique. Ce choix n'est sûrement pas sans rapport avec le discrédit auquel on a fréquemment soumis le terme rhétorique, associé à une parole feinte et manipulatrice. La deuxième acception évacuerait ce sens péjoratif et attribuerait à ces procédés un caractère ornemental dans le discours.

Nous nous positionnerons au-delà de cette querelle terminologique en nous servant de deux acceptions pour faire référence au même phénomène. Pourtant, le lecteur de cette thèse trouvera un recours plus fréquent à la première acception, car nous croyons que, loin d'être simplement ornementales, les figures rhétoriques jouent un rôle important dans la stratégie argumentative des discours. La puissance argumentative et esthétique des figures est particulièrement manifeste dans la presse satirique, qui en fait un grand usage. Nous aurons l'occasion de démontrer cette affirmation aux cours de nos chapitres de résultats.

Admettant que, comme disent certains, l'étude des figures rhétoriques ne doit pas être une fin en soi, nous porterons notre attention sur elles dans le but d'analyser de quelle manière elles contribuent dans la constitution des procédés satirico-humoristiques. Nous réfléchirons également sur le contrat énonciatif construit de par leur usage dans les deux journaux considérés.

4.4.1 Une rhétorique appliquée à l'image

Dans son article de 1964 mentionné plus haut, R. Barthes a proposé d'étendre la portée de la rhétorique -traditionnellement circonscrite au langage verbal- pour comprendre tout

[221] O. Reboul. (1993). *La Rhétorique*. Paris : Presses universitaires de France, pp. 7-8.

système de significations. Le Groupe µ a consacré plusieurs ouvrages à développer cette idée. Voici dans ses paroles, le fondement de son projet :

> « S'il existe des lois générales de la signification et de la communication -ce qui est le postulat de la sémiotique-, alors il est possible qu'on y retrouve des phénomènes de polyphonie comparables à ceux qu'on a pu observer dans le langage verbal. La sous-hypothèse est ensuite que ce sont des mécanismes très généraux qui sont à l'œuvre : généraux donc indépendants du domaine particulier où ils se manifestent » (1992 : 9).

L'objectif d'une rhétorique générale est, pour ce groupe de Liège, de décrire le fonctionnement rhétorique de toutes les sémiotiques par des opérations puissantes, restant identiques dans tous les cas.

Parler d'une rhétorique de l'image signifie attribuer au message visuel la faculté de persuader, influant dans les opinions et sentiments de gens. Cela signifie aussi que ce message visuel présente des caractéristiques spécifiques, liés à sa structure langagière. Ces postulats sont largement acceptés au sein de la communauté académique et ont été à la base de nombreuses études depuis les années 60.

Comme l'avait suggéré Barthes, les figures rhétoriques inventoriées par les Grecs et Romains n'étaient pas terrain exclusif du langage verbal. Durand (1970) a analysé des milliers d'images publicitaires et a assuré avoir retrouvé toutes les figures classiques.

Si comme nous l'avons suggéré, les figures s'expliquent en termes d'écart, parler des figures dans l'image implique d'être capable d'appliquer cette théorie de l'écart au langage visuel. Est-ce possible ? Si le repérage des écarts dans le choix des objets, voire des formes se réalise plus facilement, il est très difficile de les distinguer dans l'axe syntagmatique. Pour faciliter leur identification, il faudrait partir d'un « degré zéro » de l'image, qui correspondrait à la représentation simple et neutre d'un objet ou d'un ensemble et à des relations spatiales qui seraient considérées « normales ». Le Groupe µ définit la rhétorique comme « la transformation réglée des éléments d'un énoncé telle qu'au degré perçu d'un élément manifesté dans l'énoncé, le récepteur doive dialectiquement superposer un degré conçu. L'opération présente les phases suivantes : production d'un écart que l'on nomme allotopie, identification et réévaluation de l'écart » (1992 : 256). Un exemple simple pour illustrer la production d'un écart dans l'image vient des métaphores visuelles qui procèdent par réification ou zoomorphisation, si récurrentes dans la caricature politique d'autre fois, mais plus rares de nos jours.

Après avoir présenté quelques repères à partir desquels réfléchir sur une rhétorique appliquée au verbal et au visuel, nous nous consacrerons à la présentation de caractéristiques définitoires et de classements des figures rhétoriques, pour ensuite nous focaliser sur la classification que nous utiliserons pour notre recherche.

4.4.2 Les figures rhétoriques ou de style

Partant de la supposition que tout énoncé peut être dit de manière simple et directe, la figure rhétorique est une opération qui permet de passer d'un langage propre à un langage figuré, faisant ainsi coexister un sens littéral et apparent avec un sens latent (Durand, 1970). D'après Georges Molinié, « il y a figure, dans un énoncé, quand, pour le récepteur, l'effet de

sens produit ne se réduit pas à celui qui est normalement engagé par le simple arrangement lexico-syntaxique de cet énoncé » (1993: 113).

La figure rhétorique a été traditionnellement conçue comme la transgression d'une norme du langage, du monde physique, de la logique, la morale, la société, etc. Cette conception a été critiquée par divers auteurs, en partie parce qu'ils ont mis en doute la pertinence de la notion de *norme*, qui serait un modèle théorique et artificiel[222]. Néanmoins, elle reste utile d'un point de vue analytique et explicatif.

Des cinq grandes parties de la rhétorique –*inventio, dispositio, elocutio*, mémoire et *actio*-, l'*elocutio* s'occupe d'évaluer quels sont les recours stylistiques les plus aptes pour séduire à l'audience. Nous revenons ici au potentiel argumentatif des figures.

La classification des figures rhétoriques se présente comme une tâche ardue et complexe, non seulement pour la grande quantité existante mais aussi pour les controverses que le fait de les classifier a suscitées au cours des siècles. Ces classifications diffèrent dans les groupes qui contiennent les figures mais aussi –et même lorsqu'il y a des similitudes dans les groupes constitués- dans les figures comprises dans chaque groupe. Il se peut aussi que certaines figures se trouvent dans quelques classifications et non pas dans d'autres.

Le classement le plus ancien que l'on retrouve déjà dans *De Oratore III* de Cicéron, distingue les *figures de mots* des *figures de pensée.* Pierre Fontanier, l'un des auteurs de référence dans le domaine stylistique, critique ce classement comme insuffisant et non rigoureux[223]. Il propose une nouvelle classification en *tropes*, qui affectent le contenu, et *non tropes*, qui sont identifiables au niveau de l'expression. Le *trope* (en grec *tropè* : détour) est une figure qui affecte le sens des mots dans le discours. Son sens littéral est relégué à l'arrière plan des énoncés, au profit d'un sens figuré qui en occupe le premier plan[224]. A l'intérieur des tropes, il distingue les tropes qui portent sur un seul mot, les figures d'expression et les figures de diction ; et parmi les non-tropes, il distingue les figures de construction, les figures d'élocution, les figures de style et les figures de pensée. Ce classement -apparu dans deux ouvrages publiés en 1821 et en 1827- servit de base à l'enseignement rhétorique en France au XIX^{ème} siècle et nourrit une bonne partie des travaux au XX^{ème} siècle, surtout après le renouveau que ses oeuvres connurent grâce à leur réédition, en 1968, faite par Gérard Genette chez Flammarion.

Georges Molinié (1992, 1993) maintient une bipartition des figures en différenciant les *figures microstructurales* des *figures macrostructurales*. Les premières sont identifiables et isolables dans le texte car elles sont attachées à la matérialité des éléments formels du discours (les figures de mots). Les deuxièmes, au contraire, ne sont repérables ni isolables parce qu'elles peuvent affecter le sens de tout un énoncé et font intervenir le contexte large du discours (les figures de pensée).

Patrick Bacry[225] fait également écho d'une division dichotomique des figures en s'inspirant de la classification initiale de P. Fontanier, selon laquelle les figures sont considérées comme des tropes ou de non tropes. A l'intérieur du second groupe, il distingue

[222] C. Fromilhague. (1995). *Les figures de style*. Paris : Nathan.
[223] P. Fontanier. [1821-1827] (1977). *Les figures du discours.* Paris : Flammarion.
[224] M. Bonhomme (1998). *Les figures clés du discours*. Paris : Éditions du Seuil.
[225] P. Bacry. (1992). Les Figures De Style et Autres Procédés Stylistiques. Paris : Belin.

les figures affectant : l'ordre des mots, la syntaxe, le lexique, les sonorités, l'expression du sens et d'autres figures.

Le classement traditionnel ne distingue deux mais quatre types de figures, qui se centrent sur les niveaux sémantique, logique, syntaxique et pragmatique des phrases. Jean-Jacques Robrieux, Olivier Reboul et Axelle Beth et Elsa Marpeau[226] se trouvent parmi les auteurs qui utilisent ce classement. Les quatre groupes de figures comprennent les *figures de sens*, les tropes et d'autres figures servant à « enrichir la ou les significations d'un mot en les utilisant dans un contexte inattendu » (Roubrieux, 1993 : 42); les *figures de mots***,** basées sur des jeux lexicaux et sonores; les *figures de pensée*, qui « concernent le rapport de l'énoncé avec son sujet, l'orateur, et avec son objet, le référent » (Reboul, 1993 : 37) ; et les *figures de construction*, enfin, centrées sur la syntaxe et l'ordre des mots. Catherine Fromilhague avertit sur la caducité de cette quadripartition mise en évidence par les recherches actuelles qui « montrent à la fois l'interdépendance des niveaux auxquels sont saisies les figures (...) et la portée transphrastique de celles-ci » (2005 : 20). Elle choisit néanmoins de la suivre en soulignant « le continuum qui articule les structures phonographiques, syntaxiques, sémantiques et référentielles », posture que nous ferons aussi nôtre[227].

Marc Bonhomme (1998), pour sa part, suit le courant traditionnel en divisant les figures en quatre groupes, qu'il nomme selon leurs fonctions grammaticales : des *figures morphologiques* (qui équivalent dans la rhétorique traditionnelle aux figures de diction), les *figures syntaxiques* (les figures de construction dans la rhétorique traditionnelle), les *figures sémantiques* (les tropes) et les *figures référentielles* (les figures de pensée).

Henry Suhamy[228], enfin, maintient les tropes, les figures de construction et les figures de pensée dans sa classification, en incorporant trois autres catégories : *les figures de répétition et d'amplification*, les *figures de mise en valeur* et les *figures d'ellipse*. Nous nous interrogeons, pourtant, sur la pertinence d'une catégorie consacrée exclusivement à l'ellipse et ses variantes.

En 1970, le Groupe µ publie une taxonomie de figures rhétoriques en distinguant quatre domaines sur lesquels opèrent les figures : domaine de *métaplasmes*, domaine de *métataxes*, domaine de *métasémèmes* et domaine de *métalogismes*. Le premier regroupe les figures agissant sur l'aspect sonore ou graphique des mots ou des unités inférieures aux mots (syllabe, phonème, graphème). Le deuxième regroupe les figures qui agissent sur la structure de la phrase (syntagmes et morphèmes). Le troisième regroupe les figures qui remplacent les sémèmes par d'autres, c'est-à-dire qu'ils modifient les « groupements de sèmes du degré zéro » (1982 : 34). Le quatrième, enfin, comprend les figures qui « modifient la valeur logique de la phrase et ne sont pas par conséquence, soumises à des restrictions linguistiques ». En cherchant un équivalent approximatif de cette proposition dans la classification originale, les métaplasmes correspondraient aux figures de mots ; les métataxes, aux figures de construction ; les métasémèmes, aux figures de sens ; et les métalogismes, aux figures de pensée. Ce classement différencie ces domaines en fonction de quatre opérations

[226] J.-J. Robrieux. (1993). Eléments de rhétorique et d'argumentation. Paris : Dunod ; O. Reboul, 1993 ; A. Beth et E. Marpeau. (2005). Figures de style. Paris : Librio Mémo.
[227] La seule différence à remarquer de la classification de Fromilhague est que l'auteur préfère la nomination *figures de diction* à celle de *figure de mots*.
[228] H. Suhamy. (1981). *Les figures de style.* Paris : Presses Universitaires de France.

rhétoriques : adjonction, suppression, suppression-adjonction (substitution) et permutation. Marie-Annick Morel[229] critique cette proposition en alléguant l'existence de plusieurs figures d'argumentation ne pouvant pas entrer dans ces catégories.

Les critiques faites aux classements présentés sont nombreuses, mais nous nous épargnerons d'entrer dans le débat. Comme synthèse, nous proposons un tableau permettant de visualiser les grands types de figures détectés par plusieurs des auteurs que nous venons de mentionner, ceux dont les classifications présentent quelques coïncidences. On voit ainsi que les figures de construction et de pensée sont les plus partagées.

Classification / **Auteur**	Figures de diction	Figures de construction	Tropes et comparaisons	Figures de pensée	Figures de mots	Figures de répétition et amplification	Figures de mise en valeur	Ellipses	Figures d'élocution	Figures de style	Figures de sens
BETH & MARPEAU		X		X	X						X
FROMILHAGUE	X	X	X	X							
FONTANIER		X	X	X					X	X	
REBOUL		X		X	X						X
ROBRIEUX		X	X	X	X						
SUHAMY		X	X	X		X	X	X			

Tableau 4.4.1. Classifications des groupes de figures selon sept des auteurs considérés.

Si certaines de ces classifications varient peu dans la constitution des catégories, elles ne situent pas forcément les figures rhétoriques dans les mêmes groupes. Parmi toutes les propositions, nous avons décidé de nous baser sur celle d'Axelle Beth et Elsa Marpeau (2005), (voir la section 3.1. des annexes) puisqu'elle nous semble la plus opérationnelle pour atteindre notre but. Elle est claire, pratique et suit la ligne traditionnelle, en différenciant les figures par leurs fonctions grammaticales et référentielles. D'autre, elle comprend une bonne partie des figures que nous avons détectées dans nos corpus. Ceci ne veut pas dire que nous n'ayons pas considéré l'apport des auteurs cités, leurs ouvrages ont été consultés en permanence.

Nous avons fait une adaptation du classement d'A. Beth et E. Marpeau, en étant obligée d'introduire quelques modifications car certaines figures que nous avions identifiées dans nos corpus n'étaient pas considérées dans le classement ou, au contraire, le classement contemplait des figures que nous n'avions pas repérées. Les figures qui ont été incorporées sont identifiées par des astérisques dans le Tableau 4.2. Celles que nous n'avons pas détectées dans notre corpus ont été supprimées. Les nécessaires adaptations que nous avons faites pour le cas des figures icono-plastiques sont présentées dans notre chapitre méthodologique.

[229] A.-M. Morel. (1982). Pour une typologie des figures de rhétoriques : points de vue d'hier et d'aujourd'hui. *DRLAV, 26*.

FIGURES DE MOTS	
Sonorités	**Modification et création de mots**
Allitération	Lexicalisation
Assonance	Métaplasme :
Harmonie imitative	- Apocope
Homéotéleute	- Syncope
Paronomase	- Epenthèse
	- Gémination
	- Métathèse
	Mot-valise
	Néologisme

FIGURES DE SENS		
Contiguïté	**Association**	**Double sens**
Antonomase	Allégorie	Calembour
Métalepse	Comparaison	Diaphore (Antanaclase)
Métonymie (de lieu, d'instrument, du signe*)	Métaphore (in praesentia, in absentia, figée, lexicalisée, filée, de nom, de verbe, de locution, chosification*)	Syllepse
Synecdoque (de la partie pour le tout, du tout pour la partie, de l'espèce pour le genre, du genre pour l'espèce*)	Symbole*	Jeu de mots

FIGURES DE CONSTRUCTION				
Symétrie et opposition	**Répétition**	**Accumulation**	**Disposition et motifs**	**Déstructuration**
Antithèse	Anaphore	Accumulation	Zeugma	Ellipse
Oxymore	Antépériphore	Enumération	Gradation	Inversion
Balancement (parallélisme de construction ou hypozeuxe)	Epanalepse	Epitrochasme	Mise en abîme	
Chiasme	Epiphore	Pléonasme		
Homéoptote*	Réduplication ou Epizeuxe	Tautologie		
	Répétition	Amplification*		
	Isolexisme (dérivation, polyptote)			

FIGURES DE PENSEE		
Intensité	**Rendre vivant**	**Dialectique**
Hyperbole	Personnification	Antiphrase
Litote		Chleuasme
Contre-litote*		Ironie
		Contrefision*
		Prétérition
		Substitution
		Allusion*
		Sarcasme*
		Paradoxe*

Tableau 4.2. Les quatre groupes traditionnels de figures rhétoriques, adaptés de la présentation de Beth et Marpeau (2005). Le * indique les figures qui ont été incorporées dans la classification que nous avons utilisée.

Nous ne nous occuperons pas de définir chaque figure rhétorique (nous renvoyons le lecteur aux ouvrages spécifiques cités). Nous nous attarderons, pourtant, sur quelques unes d'entre elles qui présentent certaines particularités à analyser. Quand nous le jugeons nécessaire, nous présenterons quelques exemples tirés de notre corpus de référence. Au cours des chapitres, nous réfléchirons autour des traits caractéristiques de plusieurs de ces procédés.

Parmi les figures de mots, nous avons décidé de supprimer le groupe nommé *jeux de mots* car les figures qui s'y trouvaient, n'avaient pas été identifiées dans notre corpus. La seule figure qui y avait été détectée est l'isolexisme, difficile à trouver dans notre corpus. Selon la classification de Beth et Marpeau, elle comprend la dérivation et le polyptote. Comme Fromilhague l'a fait pour la dérivation, nous avons décidé de classifier l'isolexisme parmi les figures de construction qui se produisent par une répétition.

Une autre raison qui nous a menée à supprimer le groupe en question est que nous considérons le **jeu de mots** comme une figure rhétorique à part entière qui comprend tous les jeux lexicaux centrés sur le sens et la sonorité des mots, en dehors des calembours, syllepses et antanaclases. Il s'agit pour nous d'un jeu de mots lorsqu'on lit : « Face à l'invasion du textile chinois. Chirac en slip et Raffarin en maillot faible ! » (titre principal de la Une du 27/04/2005). En plus de l'allusion à l'émission de TV *Le maillon faible* et du calembour par paronymie entre *maillot* et *maillon*, on établit un jeu de mots entre *slip* et *maillot*, deux produits textiles. On mobilise aussi la métaphore figée *se retrouver en slip*, qui veut signifier « être complètement démuni, ruiné » (*Dictionnaire d'Expressions et Locutions*, Les Usuels du Robert, 1997).

Le jeu de mots est classé parmi les figures qui instaurent un double sens, de manière à avoir tous les jeux lexicaux travaillant avec le sens des mots dans un seul groupe, même si les jeux de mots ne sont pas forcément liés à un double sens.

Nous avons ajouté aux tropes (métaphore, métonymie et synecdoque) leurs sous-types. Ainsi, la métaphore peut être du nom, du verbe ou de locution. Dans le premier cas, on dira que la métaphore est *in praesentia* -si le comparé et le comparant sont présents- ou *in absentia* –si le comparé est absent. Un exemple de **métaphore *in praesentia*** est le titre « Chef de l'Etat-spectacle » (Une du 13/04/05), dans lequel l'Etat (comparé) est associé à un spectacle (comparant). Un cas de **métaphore *in absentia*** est le titre « Chirac veut effrayer ses troupeaux » (4/05/05, p. 4). Seul le comparant est présent dans cette phrase – troupeaux-, le comparé étant présent dans le texte de l'article : les paysans agriculteurs.

La **métaphore lexicalisée** est « à peine sentie comme métaphore ; seul le sens figuré et abstrait est perçu, l'épaisseur concrète du sens propre s'étant perdue », affirme Catherine Fromilhague (1995 : 85). Un exemple tiré du corpus de référence est le titre « Chirac brûle les étapes » (5/07/1995, p. 2). La **métaphore filée**, quant à elle, s'organise en réseau, exploitant le domaine conceptuel d'un terme métaphorique initial (Bonhomme : 1998). Un exemple est la phrase attribuée à Jacques Chirac dans une caricature du 28/05/1997 (p. 8) titrée « L'Elysée disjoncte ». Il dit : « Le fusible a sauté !... et aussi le compteur !... et même le transformateur ! ». L'enchaînement des termes est croissant: fusible, compteur et transformateur, ce qui fait également de l'expression une gradation. La **métaphore figée** est une expression imagée qui s'est cristallisée sans devenir lexicalisée.

Nous nous occuperons maintenant de différencier deux figures qui présentent de grandes similitudes : la métonymie du signe et le symbole. A la suite de Fromilhague, nous entendons par **métonymie du signe** la figure « dans laquelle un référent abstrait est représenté à travers l'objet qui l'emblématise dans une culture donnée. Ce sont des métonymies matérialisantes » (1995 : 65). Nous retrouvons dans le **symbole** l'attribut arbitraire de la métonymie du signe qui fait qu'un objet soit associé avec une connotation partagée par un certain groupe. Mais tandis que dans la métonymie le rapport avec l'objet est de contiguïté logique, le symbole –qui appartient au pôle métaphorique- a souvent un rapport d'analogie.

La définition de **syllepse** de sens avec laquelle nous avons travaillé n'est pas celle de Beth et Marpeau, étant donné que ces auteurs font une distinction, pour nous sans utilité dans le cadre de cette thèse, avec l'homonymie. Nous considérons la syllepse comme une figure dont un même signifiant renvoie à deux signifiés différents, qui peuvent correspondre à un sens propre et à un sens figuré, mais pas seulement. Cette acception est celle présentée par Noguez (1974).

Dans le terrain de l'image, Denys Lessard[230] conçoit la syllepse comme une variante du **calembour**, ceci étant entendu dans un sens plus large qui comprend la syllepse et l'antanaclase. Ces figures peuvent être considérées comme « subversives » car elles rompent avec les normes du langage. Elles témoignent, selon Claude Hagège[231] « de l'immensité du champ d'invention, de créativité qui s'offre aux énonceurs individuels dans le domaine des conventions linguistiques » et icono-plastiques.

Alors que Beth et Marpeau classent l'**oxymore** comme une figure d'association, de même que Fromilhague et Bonhomme, nous préférons la situer parmi les figures de construction qui se basent sur une opposition, comme l'antithèse. Celle-ci nous semble plus proche de l'oxymore que les figures qui composent le groupe d'association.

Nous constatons avec une certaine perplexité l'absence de l'**allusion** dans la classification originale des deux auteurs considérés. Elle ne fait pas partie non plus de la liste des figures considérées dans un bon nombre d'ouvrages consultés (Bonhomme, 1998 ; Reboul, 1993 ; Robrieux, 1993 ; Suhamy, 2004). Et pourtant, sa place n'est nullement négligeable ni dans les conversations quotidiennes ni dans des discours journalistiques, satiriques ou publicitaires. L'allusion est comprise dans les figures de pensée ou les figures macrostructurales : « elle consiste en ce que, dans un segment de discours s'étendant en

[230] D. Lessard. (1991). Calembours et dessins d'humour. *Semiotica, 85(1-2).*
[231] C. Hagège, cité par Lessard, 1991 : 78.

général sur plusieurs phrases, un terme a un sens différent par rapport à la situation d'énonciation ou à l'univers de culture », affirme Molinié (1992 : 44).

L'**ironie** est considérée comme l'un des recours principaux de la satire et compte tenu de sa complexité et de la place saillante qu'elle occupe –comme nous le verrons- dans nos objets d'étude, nous nous y attarderons plus longuement afin de présenter certains éléments de définition. Une approche exclusivement rhétorique de l'ironie comme figure, et ponctuellement en tant que trope, laisserait de côté une dimension tout à fait incontournable de ce procédé comme c'est la pragmatique, et particulièrement, l'énonciation. Nous nous occuperons maintenant de la première approche, laissant la deuxième pour la section 4.5.5.

Concevoir l'ironie comme trope suppose l'existence d'une norme, d'une façon de s'exprimer plus simple et directe ; et aussi d'une intentionnalité, même si strictement parlant, on n'est pas dans la pensée de l'ironiste. L'ironie est d'habitude définie comme le contraire, une contradiction, (un contre-sens pour Philippe Hamon[232]) entre ce que l'on dit et ce que l'on veut faire entendre. L'usage du terme ironie a fait que ce soit pourtant assez répandu d'élargir cette définition pour comprendre non seulement « le contraire » mais « autre chose » (décalage sémantique pour Kerbrat-Orecchini, 1980b) de ce que pense le locuteur[233]. Dans ce cas, l'ironie s'éloignerait de l'**antiphrase**, qui resterait plus ancrée à une spécificité sémantique d'opposition, voire d'antonymie (Kerbrat-Orecchini, 1980b).

Il se heurte ici avec l'idée de contradiction plus liée à la situation énonciative, aux implicites qui ne sont pas, comme le dit Philippe Hamon, « dans une relation de contrariété avec les phrases explicitées » (1986 : 21-22). Nous faisons ici référence à l'ironie polyphonique à partir de laquelle la reprise des paroles du discours adverse n'implique pas forcément une contrariété.

La distinction effectuée par Georges Molinié entre figure microstructurale et macrostructurale est très opérationnelle car si l'antiphrase reste isolable et plus facilement identifiable à partir des certains indices, l'ironie acquiert un statut plus global et difficilement repérable. L'apport du Groupe µ sert à différencier l'ironie de l'antiphrase à partir de la discrimination qu'ils font entre opérations métasémémiques (altération du code lexical, où se trouverait davantage l'antiphrase) et opérations métalogiques (prise en compte du référent, valable pour l'ironie).

Avec Hamon, nous croyons que la notion de distance est très importante dans l'ironie, que ce soit une distanciation du locuteur par rapport à son énoncé, ou bien par rapport à des énoncés extérieurs ; et dans ce dernier cas, nous revenons sur la notion de polyphonie. Une distance qui devient en réalité relative, nous dit Patrick Couton[234] car l'ironie opère à partir d'une attraction-répulsion : le locuteur prend distance de la cible tout en construisant une connivence avec l'interlocuteur, comme nous le verrons plus bas.

En plus de l'antiphrase, une autre variante de l'ironie à laquelle nous aimerions consacrer le dernier paragraphe de cette section est le **sarcasme**, moins ambigu, « qui mêle le plus souvent l'invective ordinaire et le trope antiphrastique ou, si l'on préfère, qui fait alterner les propos ironiques avec des marqueurs très explicites et levant toute équivoque » (Lejeune,

[232] P. Hamon. (1996). *L'ironie littéraire. Essai sur les formes de l'écriture oblique*. Paris : Hachette.
[233] P. Lejeune. (1980). « Le récit d'enfance ironique : Vallès » *in Je est un autre*. Paris : Éditions du Seuil ; P. Hamon, 1996.
[234] P. Couton. (1995). L'ironie à l'œuvre dans les billets d'humeurs. *Langage et société, 74.*

1980 : 145). Le sarcasme est en effet considéré comme une critique acerbe et dévalorisante peu dissimulée et en cela, elle diffère de l'ironie, qui reste plus masquée. Il se veut d'autant plus évident qu'il doit blesser davantage[235]. C'est une sorte « d'hyperbolisation du négatif », nous dit P. Charaudeau (2006 : 30) du moment où elle focalise sur le négatif d'une personne ou d'une situation.

4.5 Les stratégies discursives dans la presse satirique

Dans les pages précédentes, nous avons proposé de penser l'articulation des recours rhétoriques et stylistiques opérant au niveau linguistique et icono-plastique en termes d'une grammaire plus ou moins implicite. Ce tout est mis en jeu par un auteur collectif –au sein d'un journal particulier- qui s'attaque à sa cible tout en espérant obtenir la complicité de son lectorat. C'est dans ce plan que la communication satirique acquiert une dimension pragmatique incontournable.

Chaque journal, satirique ou autre, prépare une stratégie discursive en fonction de l'image qu'il veut projeter de lui-même et selon le rapport qu'il prétend construire avec son lectorat. Cette stratégie peut être perçue comme une sorte d'instrumentalisation de la communication qui s'érige à partir d'une continuité temporelle[236]. La théorie de l'énonciation a fourni un cadre théorique et méthodologique pour réfléchir cette stratégie.

4.5.1 La richesse d'un regard issu de la théorie de l'énonciation

La théorie de l'énonciation distingue deux niveaux dans le fonctionnement d'un discours: l'énoncé (ce qui est dit, c'est-à-dire, le contenu d'un message) et l'énonciation (la manière de le dire, autrement dit, les modalités du dire). Le développement de ce champ théorique a mis en évidence qu'un même contenu peut être « traversé » par des stratégies énonciatives différentes. Si un individu exprime une opinion en disant : « Il est évident que Paul s'est trompé» alors qu'un autre le fait en disant : « Je crois que Paul s'est trompé », nous sommes face à deux modalités très différentes de moduler le rapport avec ce qui est dit. Ce n'est pas l'énoncé « Paul s'est trompé » qui change, mais le degré de certitude par rapport au fait.

Chaque discours a un dispositif d'énonciation particulier, qui est le résultat de la construction opérée par les modalités du dire. Ce dispositif comprend : d'abord, une certaine image de celui qui parle, l'énonciateur ; ensuite, une certaine image de celui à qui l'on parle, le destinataire ou l'énonciataire ; et enfin la relation entre l'énonciateur et le destinataire qui est proposée dans et par le discours. Ainsi, l'émetteur s'attribue à lui-même une place dans le discours et en même temps, il établit la place du destinataire. La façon dont l'énonciateur est présent dans son énoncé a une incidence directe sur le processus de lecture du destinataire.

Il faut préciser que l'énonciateur et le destinataire sont des entités discursives, l'émetteur et le récepteur restant les sujets réels de l'acte communicatif. Un émetteur pourra

[235] H. Morier. (1989). *Dictionnaire de Poétique et de Rhétorique*. Paris : Presses Universitaires de France.
[236] B. Lamizet, cité par S. Bah. (2004). « La presse satirique en Afrique ». Thèse doctorale en Sciences de l'Information et la Communication. Université Lumière 2, Lyon.

construire différentes images de soi-même selon la cible visée, de même qu'il pourra modifier à chaque fois l'image du destinataire. L'image que l'énonciateur élabore de soi-même se trouve dans une relation de transparence ou d'opacité par rapport à l'émetteur.

Tout support médiatique est donc le résultat d'un ensemble de relations complexes qu'il entretient avec ses propres conditions de production, avec son public et avec le monde dont il est censé rendre compte. Aborder l'étude d'un journal se centrant exclusivement sur le contenu, constitue un réductionnisme, car il est aussi important de faire attention aux rapports qu'il instaure avec les destinataires qu'avec son propre discours. Ces relations énonciatives peuvent accomplir un rôle essentiel concernant la manière dont le média représente le monde.

Eliseo Verón (1984, 1985) développe la notion de *contrat de lecture* pour analyser la stratégie discursive construite par un support médiatique :

> « Le discours du support, d'un côté, ses lecteurs, de l'autre, sont les deux "parties" entre lesquelles se noue, comme dans tout contrat, un lien, ici la lecture. Dans le cas des communications de masse, bien entendu, c'est le média qui propose le contrat.
> Le succès d'un support de la presse écrite se mesure à sa capacité:
> - de proposer un contrat qui s'articule correctement aux attentes, aux motivations, aux intérêts, aux contenus de l'imaginaire de la cible visée
> - de faire évoluer son contrat de lecture de façon à 'suivre' l'évolution socio-culturelle du lectorat tout en préservant le lien
> - de modifier son contrat de lecture si la situation concurrentielle l'exige, en le faisant d'une manière cohérente» (1985 : 206).

Un contrat de lecture qui atteint les meilleurs résultats sera cohérent, stable et adapté à son lectorat. La baisse de ce dernier obéit souvent à une modification progressive et injustifiée du contrat. Les éléments divergents, les incohérences et les ruptures sont considérés comme des points faibles de la stratégie énonciative, qui affaiblissent la proposition globale et déconcertent le public. Saisir le dispositif d'énonciation d'un support presse devient une tâche cruciale parce que c'est lui qui rend possible la différenciation de deux supports qui présentent des rubriques et des contenus très similaires.

4.5.2 Un contrat de lecture de complicité

Faire une analyse sur le contrat de lecture construit par un support médiatique peut faire l'objet d'une étude spécifique, comme cela a été le cas dans notre mémoire à propos du quotidien argentin *Página/12* (Pedrazzini, 2004). A cette occasion-là, nous nous étions proposé de démontrer que le contrat que ce journal érigeait avec son lectorat à partir de sa Une, était fondé sur la complicité, de par l'usage des figures rhétoriques comme l'ironie, le jeu de mots et l'allusion, des photomontages, ainsi que des références de la culture populaire, des produits de l'industrie culturelle et d'une mémoire collective. Il n'y a pas de motifs pour penser que le contrat proposé au lecteur de S/12 soit différent. Nous avons montré dans la section 3.3.6.2., plusieurs points communs entre la Une de *Página/12* et du supplément S/12.

Au-delà des spécificités de chaque support, nous pouvons affirmer que le contrat proposé par le CE à ses lecteurs est lui aussi de complicité ou connivence. Cette stratégie pourrait être extensive au lien crée entre énonciateur et destinataire par toute production médiatique satirico-humoristique car l'humoriste a forcément besoin de l'entente avec son lectorat/audience. Sur la base de quoi se construit ce rapport de complicité ? Nous sommes en

mesure de proposer quelques éléments de réflexion, sachant que cette liste n'est pas exhaustive :

- l'emploi des figures rhétoriques qui exigent souvent un grand travail d'interprétation à un deuxième ou troisième niveau
- la sollicitation, de la part du lecteur, à mobiliser un bagage culturel large (compétences encyclopédiques) non lié directement au sujet traité et/ou à identifier des autoréférences faites par le journal (voir *infra*)
- la provocation du rire ou du moins, du sourire
- le recours à l'implicite
- l'utilisation des codes seulement compréhensibles par un groupe particulier.

L'interpellation du lecteur peut avoir donc lieu à partir d'un grand éventail de procédés et le succès de la stratégie énonciative dépend de la reconnaissance et de l'acceptation à participer du jeu proposé.

4.5.3 La théorie de l'intertextualité

À partir des années 60, un groupe des sémioticiens, des écrivains et des philosophes s'est attelé en France, à l'élaboration d'une théorie globale du texte, visant à supplanter les emprunts que l'histoire littéraire avait faits à la linguistique structurale. L'un des membres de ce groupe, nommé Tel Quel, a été Julia Kristeva, qui a forgé le terme *intertextualité*, inaugurant par là, un vaste champ de recherches, impliquant de multiples interprétations et rapprochements avec d'autres disciplines. L'étymologie du terme *intertextualité* laisse entrevoir assez bien la nature du concept : il est composé du préfixe latin *inter*, qui indique la réciprocité des échanges, et de son radical dérivé du latin *textere*, la textualité évoquant la qualité du texte comme *tissage*, *trame*. J. Kristeva définit le texte

> « comme un appareil translinguistique qui redistribue l'ordre de la langue, en mettant en relation une parole communicative visant l'information directe, avec différents types d'énoncés antérieurs ou synchroniques. Le texte est donc une productivité, ce qui veut dire : 1. son rapport à la langue dans laquelle il se situe est redistributif (destructivo-constructif), par conséquent il est abordable à travers des catégories logiques plutôt que purement linguistiques ; 2. il est une permutation des textes, une intertextualité : dans l'espace d'un texte plusieurs énoncés, prises à d'autres textes, se croisent et se neutralisent »[237].

Parler de productivité n'implique pas que le texte soit le produit d'un travail, mais « le théâtre même d'une production où se rejoignent le producteur du texte et son lecteur », explique R. Barthes en reprenant le travail de J. Kristeva dans la « Théorie du texte »[238]. Le texte « fait de la langue un travail » ; il entretient un processus de production en mettant la langue en fonctionnement. Loin d'être considéré comme un objet achevé, le texte est un processus en permanente activité qui incorpore d'autres textes. Le texte est une pratique signifiante, c'est-à-dire que, contrairement à ce que postulait Ferdinand de Saussure, la signification ne se produit pas à un niveau abstrait, qui serait la langue. Par cette opération, le producteur du texte travaille la langue en impliquant le lecteur et le contexte social.

---

[237] J. Kristeva. (1969). « Le texte et sa science », « Le texte clos » *in Recherches pour une semanalyse*. Paris : Éditions du Seuil, p. 113.
[238] R. Barthes. (1973). « Théorie du texte » *in Encyclopaedia Universalis, 22*, p. 1015.

Tandis que la notion de *signification* a été associée aux signifiés fixes d'un texte, celui-ci entendu comme un produit, Kristeva propose celle de *signifiance*, qui appartient au plan de la production. La signifiance est un processus ; c'est « ce travail de différenciation, stratification et confrontation qui se pratique dans la langue, et dépose sur la ligne du sujet parlant une chaîne signifiante communicative et grammaticalement structurée » (1969 : 9).

Le texte, loin d'être clos, constitue un processus dynamique ouvert où a lieu une permanente actualisation d'autres textes. Cette notion entre ainsi en opposition avec celle d'un bon nombre de courants linguistiques, pour qui le texte est un ensemble organisé de phrases qui forment une unité, et qui constituent une totalité cohérente, se caractérisant donc par son autonomie et par sa clôture.

Les travaux de Julia Kristeva reprennent les réflexions de Mikhael Bakhtine autour du dialogisme et de la polyphonie. A l'encontre des formalistes russes, qui conçoivent le langage comme « un système clos, neutre, préétabli et toujours réitérable », Bakhtine « s'intéresse à la production des énoncés singuliers qu'il analyse comme l'interaction des interlocuteurs dans un contexte concret »[239]. Conformément au principe dialogique, J. Kristeva va considérer tout texte comme opérant dans une intertextualité engendrée dans un contexte historique et socio-culturellement déterminé.

> « Le texte n'étant pas ce langage communicatif que la grammaire codifie, il ne se contente pas de représenter –de signifier le réel. Là où il signifie, dans cet effet décalé ici présent où il représente, il participe à la mouvance, à la transformation du réel qu'il saisit au moment de sa non-clôture. (…) En transformant la matière de la langue (son organisation logique et grammaticale), et en y transportant le rapport des forces sociales de la scène historique (…), le texte se lie –se lit- doublement par rapport au réel : à la langue (décalée et transformée), à la société (à la transformation de laquelle il s'accorde) » (1969 : 9).

A partir des travaux initiaux autour de l'intertextualité, le champ sera systématiquement construit, complété, inventorié et réadapté. Nous avons mentionné et nous le ferons encore plus dans les chapitres à venir, des cas d'autoréférences faites par les journaux, qui exigent un lecteur aussi bien attentif qu'assidu. Ces auto-citations peuvent être traitées comme des cas d'*intertextualité interne* (rapport d'un texte à lui-même) ou *restreinte* (rapports entre des textes du même auteur)[240].

En 1982, Gérard Genette va restreindre la notion d'intertextualité et la situer par rapport à d'autres concepts théoriques qu'il propose. L'intertextualité est « une relation de coprésence entre deux ou plusieurs textes », c'est-à-dire, « la présence effective d'un texte dans un autre » (1982 : 8). L'auteur distingue trois formes d'intertexte, qui vont du plus explicite au moins implicite : la citation, le plagiat et l'allusion. Cette dernière forme d'intertextualité faible est centrale dans les discours-satirico humoristiques.

L'intertextualité serait une *hypertextualité* ponctuelle et facultative, cette relation qui « unit un texte B (hypertexte) à un texte A (hypotexte) » et sur laquelle nous avons fait référence dans la section 1.3.4. par rapport à la parodie et le pastiche. G. Genette utilise la notion de *transtextualité* ou transcendance textuelle du texte dans un sens global comme l'intertextualité de J. Kristeva. Il définit la transtextualité comme « tout ce qui met en relation

[239] N. Limat-Letellier. (1998). « Historique du concept d'intertextualité », *in* N. Limat-Letellier et M. Miguet-Ollagnier (eds.). *L'intertextualité.* Besançon : Annales littéraires de l'Université de Franche-Comté, p. 19.
[240] Ricardou, cité par N. Limat-Letellier, 1998.

[le texte], manifeste ou secrète, avec d'autres textes » (1982 : 7), s'agissant pour lui, d'une opération centrale qui regroupe, en plus de l'intertexte et l'hypertexte, le paratexte, le métatexte et l'architexte.

Ces notions d'intertextualité de Kristeva, d'hypertextualité ou de transtextualité de Genette sont de grande importance dans l'analyse de la stratégie discursive des journaux satiriques, permettant de saisir d'une manière dynamique et ouverte les textes qui constituent les titres et images correspondant à nos objets d'étude. Notons que nous élargissons ce concept d'intertextualité pour saisir ce qu'on a souvent appelé *intericonicité*, ce qui reste cohérent avec notre acception élargie de *texte*.

Le texte satirico-humoristique est riche en références culturelles explicites ou implicites qui se présentent sous la forme d'une allusion, une parodie, un pastiche, une citation…, des textes antérieurs ou contemporains, qui ont, dans notre thèse, le statut d'une dimension analytique à part entière, comme nous le verrons dans la section 5.3.6.3.

4.5.4 Une perspective polyphonique

La notion de *polyphonie* a été introduite en théorie littéraire en Europe de l'Ouest dans les années 60 par les ouvrages de Mikhaïl Bakhtine. De même que pour l'œuvre de Julia Kristeva, les productions de cet auteur russe avaient été publiées en russe dès les années 30. Ce concept sert à décrire les phénomènes de superposition, de multiplicité de voix, et est intimement lié à celui de *dialogisme*, qu'il applique dans le domaine de la poétique du roman. Pour M. Bakhtine, l'être humain ne peut être appréhendé que par ses relations interhumaines et celles-ci laissent leurs marques dans son discours. Une œuvre est un chaînon dans la communication discursive, c'est comme la réplique dans un dialogue, et elle est en liaison avec d'autres œuvres qu'elle incorpore de manière plus ou moins implicite (1984). Les rapprochements avec la notion d'intertextualité de Kristeva sont évidents.

Les travaux de Bakhtine sont essentiels car ils supposent la contestation d'un postulat prédominant selon lequel il existe une voix univoque dans tout texte littéraire. Osvald Ducrot (1984) élabore une « esquisse d'une théorie polyphonique de l'énonciation » en arguant à faveur de l'application de cette conception à des énoncés, entités autonomes à l'intérieur du texte, et en contestant l'unicité du sujet parlant dans ces unités d'analyse. Le dédoublement du locuteur dans un énoncé suppose l'existence de plus d'un énonciateur : « le locuteur, responsable de l'énoncé, donne existence, au moyen de celui-ci, à des énonciateurs dont il organise les points de vue et les attitudes » (1984 : 205).

Le discours satirico-humoristique se caractérise par une trame discursive d'une grande complexité où opère un tissu de voix. Non seulement à un locuteur peuvent correspondre plusieurs énonciateurs, mais un même énoncé peut être aussi traversé par la voix de plus d'un locuteur dont se détachent divers énonciateurs, qui peuvent émerger à partir du discours rapporté, du jeu de citations, d'allusions ou d'autres formes indirectes. Des locuteurs et énonciateurs seconds apparaissent dans le discours avec des points de vues convergents ou divergents par rapport à ces acteurs énonciatifs primaires ou secondaires.

Comme nous l'avons vu précédemment, l'ironie est une forme centrale au sein du comique, et plus particulièrement de la satire. Elle est un cas particulier de la déliaison

d'énonciateurs et dans ce sens, les apports de la polyphonie pour son étude sont d'une grande valeur. Nous fournirons quelques éléments de réflexion dans la section qui la suit.

4.5.5 L'ironie énonciative, l'ironie polyphonique

Dan Sperber et Dierdre Wilson[241] ont été les premiers à travailler l'ironie comme une sorte de citation selon laquelle le locuteur présente son énonciation comme le point de vue d'un autre énonciateur dont il se distancie : « l'énoncé ironique fait entendre une autre voix que celle du locuteur, voix que le locuteur présente comme illogique, incohérente ou ridicule, et donc disqualifiée » (Paveau et Sarfati, 2003). Ainsi comprise, l'ironie fonctionne comme subversion d'un discours adverse : « on emprunte à l'adversaire la littéralité de ses énoncés, mais en introduisant un décalage de contexte, de style ou de ton, qui les rende virtuellement absurdes, odieux ou ridicules, et qui exprime implicitement le désaccord total de l'énonciateur » (Lejeune, 1980 : 24-25). D'après cette perspective, l'ironie présente une composante hautement persuasive et mène à certains auteurs, comme A. Koestler (1987), à la considérer comme l'arme la plus efficace du satiriste. L'ironie est donc fondée sur la collision de deux points de vue antagonistes et présente comme caractéristique récurrente une discordance entre le ton du discours et l'idée communiquée.

Sur le plan communicationnel, elle suppose la suspension de la maxime de sincérité (du principe coopératif de Grice) selon lequel on dit ce qu'on pense, sauf en cas de mensonge. Le lecteur/l'interlocuteur doit d'abord reconnaître l'intention ironique de l'auteur/locuteur à partir du repérage de certaines indices et choisir, sur un éventail des sens implicites possibles, le sens visé en excluant les autres ou le seul sens littéral. C'est un pari risqué pris par l'ironiste car le lecteur peut prendre au premier degré quelque chose qui ne l'est pas, ou inversement, prendre comme ironique un énoncé à intention simple et directe. L'ironie, tellement ancrée à une situation énonciative particulière, risque de « devenir périssable », incompréhensible dès qu'elle est écartée de son contexte temporel. Pour aider dans son déchiffrement, l'ironiste se sert de divers types d'indices dont les indices paraverbaux (intonation, clin d'œil, etc.) et les indices co-textuels (commentaires métalinguistiques ; modalisateurs distanciateurs comme les guillemets, « censé », « sic » ; signes typographiques) (Kerbrat-Orecchioni, 1980b). Nous retrouvons ici la tension entre opacité et transparence déjà évoquée par D. Noguez. Les indices doivent être « translucides ». Pour Linda Hutcheon, « l'ironie est à son plus efficace quand elle est la moins présente, quand elle est quasiment *in absentia*. La critique a toujours insisté que c'est l'absence d'indices trop insistants qui caractérise l'ironie la plus subtile » (1981 : 153).

4.5.6 Une approche pragmatique de l'*ethos* ironique, satirique, parodique et humoristique

L'ironie est un procédé d'énorme utilité dans diverses formes du risible comme la satire ou la parodie. Linda Hutcheon soutient que l'un des problèmes majeurs pour différencier ces deux formes vient du fait que toutes les deux se servent de l'ironie comme

[241] D. Sperber et D. Wilson, cité par M.-A. Paveau et G.-E. Sarfari. (2003). *Les grandes théories de la linguistique. De la grammaire comparée à la pragmatique.* Paris : Armand Colin.

stratégie discursive. Laissant de côté l'ironie sémantique à laquelle nous avons fait référence dans 4.4.2, c'est l'ironie considérée d'un point de vue pragmatique –et donc centrée sur l'utilisation du réseau de communication que cette figure établie- ce qui permettra, selon L. Hutcheon, de trouver des éléments de différenciation entre les trois formes.

Se servant d'une notion pragmatique d'ethos, en tant que « réaction voulue, impression subjective étant motivée par une donnée objective, le texte » (1981 : 145), elle propose un schéma dynamique d'articulation entre l'ironie, la satire et la parodie que nous reproduisons dans la section 3.2.1. des annexes. Pour l'auteur, la satire et la parodie se distinguent par leur visée car si la première s'attaque aux vices d'un groupe afin de les corriger par moyen du ridicule, ce qui la positionne sur un plan extratextuel (morale, social), la parodie resterait plus attachée au littéraire, elle serait plus intertextuelle. Autant l'ironie que la satire se caractérisent par un ethos assez dominant : moqueur pour la première, méprisant pour la deuxième. L'ethos satirique est encore plus négatif que l'ironique : il est dédaigneux et colérique, proche de l'invective, de laquelle se détache par sa visée réformatrice. La parodie, pour sa part, est aussi marquée péjorativement mais sa marque oscille entre un ethos plutôt neutre et ludique et un ethos contestataire, raison pour laquelle l'auteur qualifie cet ethos comme « non marqué ». De l'articulation entre ces trois ethos se produisent des effets divers : un « rire dédaigneux » à l'intersection de l'ironie et la satire, une « reconnaissance dégonflante » à l'intersection de la satire et la parodie, et un « petit sourire de reconnaissance » qui naît de l'articulation entre la parodie et l'ironie. Cette vision si négative de la satire ne semble pas correspondre à la presse satirique qui fait l'objet des prochaines parties de notre thèse. C'est pour cela que nous préférons parler de discours satirico-humoristique et non seulement satirique, car l'humour confère à ce genre un esprit moins grave, plus libre et jovial, plus charitable. Henri Morier (1989 : 610) donne à cet égard, un regard qui à nos yeux, est très pertinent :

> « L'humour est l'expression d'un état d'esprit calme, posé, qui, tout en voyant les insuffisances d'un caractère, d'une situation, d'un monde où règnent l'anomalie, le non-sens, l'irrationnel et l'injustice, s'en accommode avec une bonhomie résignée et souriante, persuadé qu'un grain de folie est dans l'ordre des choses; il garde une sympathie sous-jacente pour la variété, l'inattendu et le piquant que l'absurde mêle à l'événement. Il feint donc de trouver normal l'anormal. Il soutient paradoxalement, avec un sérieux apparent et tranquille (flegme) que les situations aberrantes qu'il décrit n'ont rien que de très naturel ».

Cet auteur propose aussi un schéma pour caractériser l'ironie et la parodie (voir la section 3.2.1. des annexes). Si l'ironie porte un jugement critique et de dénonce face à l'imperfection de l'objet considéré, l'humour adopte un « esprit de bienveillante conciliation » face au même objet. L'humour procède par une « atténuation » des conflits.

4.5.7 Le jeu énonciatif fondé dans l'implicite

Les auteurs satiriques (journalistes et dessinateurs) instaurent un jeu énonciatif par rapport à leur propre discours et les discours des autres, où il y a des démarcations, des prises de distance, qui peuvent se manifester sous une forme dissimulée –comme c'est le cas de l'ironie, qui nous semble, à partir ce que nous avons vu, incontournable-, ambiguë, ou bien évidente, emphatique. Cette dernière semble, *a priori*, la moins habituelle car non seulement ce faisant on annule la possibilité de construire un lien de connivence avec le lecteur, mais on

entre aussi dans un terrain plus risqué où les accusations et les dénonciations directes sur des sujets politiques pourraient éventuellement donner suite à des poursuites judiciaires. C'est sur la première forme évoquée dont il sera question dans les paragraphes qui suivent, l'implicite, cette manière de faire penser aux autres ce que l'on n'a pas exprimé de manière directe. Or, pourquoi ce besoin de faire recours à l'implicite ? Oswald Ducrot[242] explique ceci par l'existence des mots et des thèmes tabous, directement imprononçables ou bien tolérables dans des circonstances très ponctuelles. En outre, parce que ce que l'on dit donne toute suite possibilité à sa contestation : « la formulation d'une idée est la première étape, et décisive vers sa mise en question » (1991 : 6).

A la suite de O. Ducrot[243], C. Kerbrat-Orecchioni distingue deux formes pour présenter des contenus implicites : les **présupposés** et les sous-entendus. Les premiers sont définis par elle comme « toutes les informations qui, sans être ouvertement posées (*i.e.* sans constituer en principe le véritable objet du message à transmettre), sont cependant automatiquement entraînées par la formulation de l'énoncé, dans lequel elles se trouvent intrinsèquement inscrites, quelle que soit la spécificité du cadre énonciatif » (1986 : 25). Les présupposés s'inscrivent en langue, ils sont, en principe indépendants du co(n)texte, qui n'interviendrait éventuellement que pour lever une ambiguïté. Il y a un bon nombre d'éléments linguistiques qui sont supposés comme déjà connus du destinataire ou bien qui sont faciles à inférer. Le titre journalistique qui commence par « Le roi du Maroc a assuré que… » présuppose l'existence d'une monarchie au Maroc. Mais au-delà des cas qui servent à rendre plus légère et rapide la communication humaine, la présentation des présupposés comme allant de soi peut être revêtue d'une dimension argumentative dotée d'un énorme potentiel. Cette stratégie persuasive, si familière dans les discours politique, publicitaire ou satirique, est à son mieux lorsqu'elle présente un contenu nouveau comme posé, le reprenant dans la suite du discours comme présupposé. Puisque, nous dit Kerbrat-Orecchioni, « si ces contenus sont bien 'passés', vous êtes en droit de les considérer comme étant venus grossir le stock des vérités admises, au moins provisoirement, par votre partenaire discursif » (1986 : 30). D'autre part, le recours aux présupposés peut être d'autant plus productif du moment où il reste en marge du discours : « le locuteur ne peut pas être attaqué à son propos, puisque le dialogue ultérieur ne doit pas porter sur [lui] », signale O. Ducrot (1984 :45).

Les **sous-entendus**, quant à eux, comprennent « toutes les informations qui sont susceptibles d'être véhiculées par un énoncé donné, mais dont l'actualisation reste tributaire de certaines particularités du contexte énonciatif » (Kerbrat-Orecchioni, 1986 : 39). Le déchiffrement de ces formes, instables et fluctuantes, implique « un calcul interprétatif », des compétences non seulement linguistiques mais encyclopédiques et autres, comme nous verrons dans la section suivante. C'est au destinataire de résoudre l'énigme, cela retombe dans sa responsabilité (Ducrot, 1984). Et voici aussi la liberté de ce dernier qui peut prendre en charge le message ou y rester insensible.

A l'intérieur des sous-entendus, Kerbrat-Orecchioni situe les insinuations, toujours « à mauvais dessein » et les allusions, qui peuvent se juxtaposer aux premières. Elle sépare les allusions rhétoriques, ces « renvois intertextuels » comme moins concernés dans sa démarche

[242] O. Ducrot. (1991). *Dire et ne pas dire*. Paris : Hermann.
[243] O. Ducrot. (1984). *Le dire et le dit.* Paris : Les Editions de Minuit.

explicative mais elle le fait de manière hésitante du moment où elle reconnaît que « le texte évoqué et convoqué par allusion intertextuelle est tout à la fois, comme le sous-entendu, présent, et absent de celui qui l'accueille » (1986 : 46-47).

Toutes ces formes d'implicite sont présentes dans la presse satirique et parmi elles, comme nous le démontrerons, l'allusion joue un rôle central. Nous la traiterons d'un point de vue rhétorique, comme « référence implicite et oblique à un élément extérieur à l'univers de l'énoncé » (Fromilhague, 1995 : 117).

Les contenus implicites exigent une tâche importante pour le lecteur/interlocuteur, qui doit participer de manière active dans l'interprétation, voire dans le déchiffrement des messages codés. C'est sur ces compétences cognitives et culturelles que nous nous prolongerons par la suite, en prenant les travaux de Catherine Kerbrat-Orecchioni et d'Umberto Eco comme cadre de référence.

4.5.8 Les compétences du lecteur

En s'intéressant à l'étude des textes à partir d'un regard pragmatique, C. Kerbrat-Orecchioni met l'accent sur le processus d'interprétation qui devrait se mettre en marche car c'est pour un lecteur ultime que le jeu énonciatif est instauré et proposé. Ce lecteur est baptisé « lecteur modèle » par U. Eco ; il est construit par l'auteur dans son écriture : « Prévoir son lecteur modèle ne signifie pas uniquement 'espérer' qu'il existe, cela signifie aussi agir sur le texte de façon à le construire. Un texte repose donc sur une compétence mais, de plus, il contribue à la produire »[244]. Les compétences censées être mobilisées par le lecteur sont nombreuses et font preuve d'un travail d'énorme complexité. Kerbrat-Orecchioni (1986) en distingue quatre types : linguistique, encyclopédique, logique et rhétorico-pragmatique.

La **compétence linguistique** (à laquelle nous pourrions ajouter la compétence iconoplastique) réunit des composantes lexicales, syntaxiques, prosodiques, stylistiques. Eco parle d'un dictionnaire de base incorporé et de l'actualisation des règles de co-référence servant à désambiguïser des expressions déictiques et anaphoriques. Cette compétence est indispensable et préexistante à toutes les autres.

La **compétence encyclopédique** transcende le niveau textuel et co-textuel de la précédente et incorpore des éléments extratextuels, contextuels : ensemble de savoirs, des croyances, système de représentations. Eco situe ici la **compétence intertextuelle**, à l'intérieur d'une sémiosis illimitée. Ce bagage culturel vaste exigé au lecteur sera étudié dans notre thèse à partir de la dimension que nous avons appelé *références culturelles.* Cette dimension porte sur ces connaissances étrangères à l'univers du fait d'actualité traitées et actualisées dans les titres et les images.

La **compétence logique** est actualisée pour saisir la structure argumentative et de raisonnement d'un texte. Pour interpréter des textes comiques, et particulièrement ceux qui font appel à l'absurde, le lecteur doit mobiliser des compétences « extras » car ceux-ci se chargent justement de rompre avec la logique en construisant de faux syllogismes, en mettant en suspension des évidences.

[244] U. Eco. (1985). *Lector in Fabula*. Paris : éditions Grasset et Fasquelle, p. 69.

La **compétence rhétorico-pragmatique** comprend l'ensemble des savoirs que Paul Grice a nommé « maximes conversationnelles » et qui régulent le « principe général de coopération » : dire toute l'information nécessaire, dire ce qui est vrai, être relevant, clair, etc. Victor Raskin (1985) part de ce principe pour démontrer que le comique se fonde sur la violation des maximes de la communication *bona-fide*. Le lecteur, ou l'interlocuteur, n'attend pas du locuteur qu'il dise des choses importantes et vraies. Il perçoit dans ce dernier l'intention de le faire rire et cherchera donc les ingrédients risibles dans le discours. Il est intéressant de noter, comme le fait Raskin, que lorsque l'interlocuteur se rend compte que le locuteur viole les principes de coopération, l'hypothèse immédiate qu'il formulera, est que le locuteur est en train de produire un message comique.

Ces compétences interviennent généralement de manière conjointe, ce qui mène Kerbrat-Orecchioni à parler même d'une « hyper-compétence ». Nous verrons, pour le cas qui nous concerne, qu'effectivement les compétences linguistiques et encyclopédiques sont étroitement articulées dans, par exemple, des titres « calembouresques » ou dans des caricatures où le comique repose sur un jeu de mots ou une syllepse.

Nous insistons sur la façon intégrée dont les compétences sont actualisées dans le processus interprétatif et à cet égard, nous finirons avec une citation de Jean-Jacques Boutaud appliquée au cas des images mais valables pour d'autres systèmes sémiotiques :

> « D'un point de vue sémiopragmatique la signification d'une image est loin de s'arrêter à l'usage d'un code, d'un système de signes. Elle convoque de multiples opérations perceptives, cognitives, symboliques, qui portent le sujet à se rendre complice de l'image à différents niveaux, à se reconnaître, sémiotiquement, aussi bien manipulant que manipulé par le sens »[245].

A partir de cette citation, nous rejoignons, d'une certaine façon, la perspective intégrationnelle développée par Roy Harris.

4.6 Récapitulatif

Au fil de ces pages, nous avons adopté un point de vue « intégrationnel » qui articule plusieurs domaines et approches théoriques dans des disciplines s'intéressant aux matérialités langagières, avec l'intention de construire un cadre de référence conceptuel d'où réfléchir autour des spécificités du discours satirico-humoristique. La révision des courants théoriques consultés, a mis en évidence des points de convergence, comme c'est le cas entre certains aspects de la théorie de l'énonciation, la théorie de l'intertextualité et la théorie de la polyphonie ; l'approche intégrationnelle et la théorie de la grammaire émergente ou encore, l'approche intégrationnelle et la théorie de l'intertextualité…

Nous penchons à penser la communication, avec ses instances de production et d'interprétation, comme un processus ouvert et en permanente construction, dans lequel la production de sens a lieu de manière simultanée à travers de multiples canaux, même si de par une intention analytique, il est nécessaire de se focaliser sur certains canaux –ou certains

[245] J.-J. Boutaud. (1998). *Sémiotique et communication. Du signe au sens.* Paris : L'Harmattan, p. 218.

textes- au détriment d'autres. Dans ce sens, nous avons trouvé attrayante la proposition de Roy Harris de penser le travail du récepteur/décodeur comme « d'intégration sémiologique ».

Nous avons présenté certains éléments conceptuels pour travailler l'expression satirique et humoristique à partir d'une base rhétorico-stylistique applicable autant aux textes linguistiques qu'aux textes icono-plastiques ainsi qu'à leur interaction. Le verbal et le visuel sont ici revêtus d'un statut de langage, chacun avec ses particularités structurales. Il nous semble toutefois que cette approche rhétorique et stylistique du discours satirico-humoristique doit être complétée par une perspective pragmatique pour saisir la richesse des stratégies discursives qui se chargent de donner une certaine cohérence énonciative aux textes.

Ces stratégies acquièrent un intérêt spécial dans le cas des productions comiques car elles supposent généralement une relation triadique particulière (le locuteur –incarné par le journaliste et dessinateur satirique-, le lecteur et la cible), où le locuteur cherche la complicité du lecteur dans la charge qu'il fait de sa cible. Cette complicité s'érige à partir de nombreux procédés dont des références extratextuelles –d'autant plus difficiles à saisir qu'elles sont plus éloignées du fait de l'actualité traité- ; des sous-entendus ; de certaines figures rhétoriques ; et de l'instauration des codes, seulement possible avec l'existence d'un lectorat fidèle. C'est pour l'existence d'un contrat tacite entre le journaliste ou dessinateur satirique et le lecteur, que les premiers peuvent se servir des procédés comme l'ironie ou l'allusion Le lecteur assidu sait que son interprétation ne peut pas se résumer au un sens propre. Il doit aller au-delà en utilisant des compétences linguistiques et icono-plastiques, encyclopédiques, logiques et rhétorico-stylistiques (Kerbrat-Orecchioni, 1986). Les productions comiques exigent certaines opérations actives de coopération, conscientes et inconscientes chez le lecteur.

Les différents courants théoriques sollicités contribuent à saisir la complexité et richesse du phénomène de la satire humoristique. Nous proposons de penser ce tout flou et amorphe comme un système en tension, entre la création et la systématicité. En dépit de ses frontières perméables, ce système est porteur d'une certaine structure où opère une grammaire ouverte et en permanente construction. Un peu comme pour la grammaire émergente, nous essayerons dans les parties qui la suivent, d'ébaucher un système de règles de fonctionnement à partir de l'étude de certaines productions satiriques et humoristiques, c'est-à-dire, à partir de l'usage qui est fait de la satire et de l'humour.

Chapitre 5 :

Approche pluriméthodologique de l'objet d'étude : objectifs, corpus et système catégoriel

Nous commencerons ce chapitre en expliquant les objectifs qui guident cette recherche (section .1.). Nous poursuivrons avec les spécifications du corpus des journaux analysés et les différentes méthodes utilisées pour les étudier (5.2.). Tout comme notre parcours méthodologique, la description que nous en ferons impliquera de nombreux allers et retours, avec des renvois à d'autres parties du chapitre. Nous décrirons en détail notre système de dimensions et catégories d'analyse, résultat d'un souci de rigueur et de systématisation des critères choisis. Nous présenterons en premier lieu le processus de construction de ces dimensions et leurs catégories à partir des trois approches qui articulent le qualitatif et le quantitatif, tout en présentant les caractéristiques générales de l'ensemble de dimensions (5.2.). Nous détaillerons ensuite, la totalité des dimensions et catégories élaborées pour les titres et les images du *Canard enchaîné* qui constituent notre corpus de référence, avec des exemples pour illustrer chacune de ces dimensions (5.3.). Nous décrirons les méthodes employées pour obtenir l'information de la part des membres des journaux (5.4.) et nous finirons avec quelques réflexions générales (5.5.).

5.1 Objectifs de la thèse

Prenant la presse satirique comme objet d'étude, cette recherche s'intéresse à la construction de la représentation médiatique des hommes et des femmes politiques, un domaine curieusement peu traité dans les études sur la satire politique, d'autant moins d'après une perspective d'analyse pluriméthodologique comme c'est le cas pour la nôtre. La thèse se propose de contribuer à l'étude des recours de la presse satirique en général, et des caractéristiques de la presse satirique française et argentine, en particulier. Son cadre d'analyse se caractérise par une tension entre le particulier et le général, s'intéressant au débat existant dans la communauté scientifique, autour de l'universalité et la particularité culturelle de l'humour. La projection transculturelle proposée nous conduit à appliquer au système catégoriel construit originalement pour le cas français, à un autre cas, en Argentine, non seulement pour connaître les éventuelles particularités des procédés satirico-humoristiques et de l'image présidentielle dans ces contextes là, mais aussi pour évaluer la potentialité du système comme instrument d'analyse de cas divers.

L'objectif général de cette recherche est de comprendre, analyser et caractériser les procédés générateurs de satire et du comique. Nous nous focaliserons sur un objet privilégié par la presse satirique, la figure présidentielle, dans deux produits contemporains : *Le Canard enchaîné*, de France, et *Sátira/12*, d'Argentine.

Comme nous l'avons dit précédemment, cette recherche vise autant à l'étude des techniques mises en jeu pour construire l'image de la figure présidentielle qu'à l'analyse de l'image qui prédomine autour du personnage. Les niveaux de la forme et du contenu deviennent ainsi des fils conducteurs de la recherche, s'entrecroisant à des moments précis de la démarche.

Les objectifs spécifiques s'appliquent tous aux discours satiriques du *Canard enchaîné* et de *Sátira/12* quand ils rendent compte respectivement, des actions et déclarations des présidents Jacques Chirac, de France, et Carlos Menem, d'Argentine. Les voici :

<u>En ce qui concerne le niveau de la forme :</u>

- Identifier les procédés satirico-humoristiques qui opèrent dans les titres et images de deux journaux satiriques et les comparer.
- Etudier s'il existe une tendance identifiable du point de vue stylistique et énonciatif, quant aux procédés satirico-humoristiques utilisés, aussi bien dans le journal comme ensemble que, dans le cas particulier des caricatures, dans l'œuvre de chaque dessinateur.
- Analyser la spécificité du verbal et du visuel ainsi que le rapport verbal-visuel dans les caricatures politiques.
- Etudier la mobilisation des compétences linguistiques, icono-plastiques et culturelles du lecteur dans les procédés satiriques. En particulier, identifier le type de connaissances culturelles actualisées dans les corpus et la manière dont on se sert de ces connaissances. Explorer ensuite si l'on registre des différences significatives entre les journaux des deux pays considérés.

<u>En ce qui concerne le niveau du contenu :</u>

- Caractériser l'image médiatique qui émerge de Jacques Chirac et Carlos Menem en prenant en compte les traits de caractère associés aux personnages et le style qui leur est attribué de « faire de la politique ».
- Etudier si l'image présidentielle a varié au cours des périodes analysées et enquêter, dans le cas affirmatif, sur les raisons de ce changement à partir de la prise en considération du contexte socio-politique.
- Etudier s'il est possible d'identifier une tendance des dessinateurs à privilégier certains aspects relatifs au contenu au-dessous des autres, et tout particulièrement, à mettre en avant certains traits de caractère.
- Inférer s'il existe des limites dans la manière d'aborder et de construire l'image satirisée de Jacques Chirac et Carlos Menem et, dans le cas positif, indiquer quelles sont ces limites.

En ce qui concerne les relations entre le niveau du contenu et de la forme:

- Faire une triple analyse des relations –associations et comparaisons- entre : a) les différentes périodes d'analyse considérées dans un même journal (intra-corpus), b) les titres et les images qui correspondent au même journal (intra-corpus), et c) certaines dimensions d'analyse communes aux deux journaux (inter-corpus).

Cette thèse tire profit de plusieurs méthodes afin d'atteindre nos objectifs, en articulant le qualitatif et le quantitatif. Nous pouvons diviser ces méthodes en deux groupes selon l'objet d'étude abordé. Le principal est sans aucun doute constitué par les journaux qui caractérisent notre corpus, le deuxième, complémentaire, est constitué par les membres des journaux.

5.2 Les journaux comme objet d'étude

5.2.1 Délimitation du corpus

Deux corpus structurent cette thèse : un corpus de référence, relativement abondant, qui constitue la base sur laquelle nous avons construit notre système catégoriel ; et un corpus d'application, bien moins important en volume et période, sur lequel nous essayons d'appliquer ce système catégoriel afin de tester sa potentialité dans l'analyse. Cette procédure nous permettra de mettre à l'épreuve notre hypothèse autour de l'existence d'une grammaire commune. Le corpus de référence est composé des titres et des images du *Canard enchaîné* qui portent sur le président Jacques Chirac au cours de quatre périodes déterminées, tandis que le corpus d'application est composé des titres et des images de *Sátira/12* qui font référence au président Carlos Menem pendant deux périodes. Comme nous l'avons mentionné dans l'Introduction et le troisième chapitre, *Le Canard enchaîné* est le référent par excellence de la presse satirique en France, non seulement pour sa longévité et sa bonne situation économique, mais pour son influence dans la vie politique et le milieu journalistique. Il se caractérise par une grande richesse stylistique, qui obéit sans doute en partie, au nombre important de journalistes et dessinateurs qui y travaillent. Tous ces éléments (ancienneté, influence, équipe importante de travail, richesse discursive) nous conduisent à le choisir comme corpus de référence. *Sátira/12* est un journal comparativement plus petit en équipe de travail, en nombre de pages et dépend en plus du quotidien *Página/12*. Il s'agit du journal satirique le plus ancien de la période post-dictature, qui commence en 1983 en Argentine, et il présente le caractère satirique le plus défini pendant l'époque ménémiste[246].

[246] Il nous a été suggéré de considérer la revue *Humor*, d'énorme importance lors des « années de plomb », au lieu du supplément choisi. Nous avons alors mené une étude exploratoire, dans lequel nous avons constaté, certes, une plus grande richesse des caricatures politiques, mais qui a été rapidement contrebalancé par des titres plus directes et moins intéressants du point de vue stylistique, avec moins des jeux linguistiques et intertextuels que *Sátira/12*. La revue *Humor* (disparu en 1997) présentait aussi une grande quantité de références au sexe et au scatologique, ce qui l'éloignait du *Canard enchaîné*. D'autre, ce dernier et *Sátira/12* présentent des caractéristiques plus similaires en ce qui concerne la mise en page : un maximum de huit pages pour le journal français et quatre pour le journal argentin, contre environ soixante pages pour *Humor* ; l'absence de couleur (à l'exception du rouge pour le CE) contre des pages en toutes couleurs pour la revue *Humor*. *Sátira/12* est un journal qui a été peu considéré par des chercheurs malgré sa richesse discursive.

Il convient ici de donner davantage de précisions par rapport aux choix faits pour délimiter nos corpus d'analyse. Nous les préciserons par la suite.

5.2.1.1 Les titres et images comme unités d'analyse

Dans la presse satirique cohabitent deux types de langages: le verbal et le visuel. Nous prendrons les titres et les images comme des unités d'analyse. Les titres servent à accrocher l'intérêt du lecteur afin que celui-ci lise l'article. Pour ce faire, ils feront appel à des techniques diverses qui chercheront à provoquer de l'impact et de la surprise, éveillant ainsi la curiosité du lecteur. Ceci nous fait penser que les procédés satiriques et comiques seront concentrés dans cette courte unité d'analyse, ce qui fait des titres un objet d'étude à part entière. Justement parce qu'ils ne sont pas forcément informatifs et parce qu'ils cherchent à surprendre le récepteur, il est souvent très difficile de les comprendre et d'identifier le fait d'actualité auquel ils font référence. C'est la raison pour laquelle nous serons obligée de lire l'ensemble de l'article, même si l'analyse sémio-linguistique et rhétorico-stylistique se limitera aux titres.

Quant aux images, le *Canard enchaîné* et *Sátira/12* préfèrent les caricatures et dessins politiques, et en moindre proportion, les *strips* (petites bandes dessinées). Très exceptionnellement, *Le Canard* décidera de publier des photos ou des photomontages, mais dans la plupart des cas, il s'agira d'images reprises d'autres journaux.

La caricature et le *strip* politiques sont normalement constitués par une image et un texte écrit –sous forme de titre ou de dialogue. D'un point de vue sémiotique, on est donc face à un objet d'étude riche où interagissent des signes iconiques, des signes plastiques et des signes linguistiques. La coexistence de ces types de signes augmente l'intérêt sémio-linguistique et rhétorico-stylistique que l'on peut porter à la caricature et au *strip* politiques. Ils nous permettront d'apprendre beaucoup sur l'interaction du verbal et du visuel à l'intérieur d'un même objet, ainsi que sur les mécanismes de production du comique et de la satire qui opèrent dans l'un ou l'autre type de langage ou bien dans tous les deux.

5.2.1.2 Les sections du journal

L'objet d'étude est constitué par tous les titres et les images qui portent sur Jacques Chirac et Carlos Menem pendant les périodes d'analyse choisies (voir *infra*). Nous exclurons de l'analyse toutes les rubriques qui n'ont pas de titres ou qui ont un titre fixe, tels que *Vite dit*, *Zig Zag*, etc. pour *Le Canard enchaîné*, et *Hoy: Andanzas de un Presidente* pour *Sátira/12*.

5.2.1.3 Les périodes d'analyse

Nous avons sélectionné quatre périodes pour le cas français. La première période comprend le début du mandat de Jacques Chirac, le 17 mai 1995, et elle couvre trois mois d'analyse (treize numéros). La deuxième aborde la campagne pour les élections législatives de 1997, des élections qui ont été anticipées, à la suite de la décision du chef de l'Etat de dissoudre l'Assemblée Nationale. Cette période comprend également le début de la cohabitation entre le Président Jacques Chirac et le Premier Ministre Lionel Jospin, du Parti Socialiste, le 2 juin 1997. Elle est constituée de sept numéros. La troisième période prend en

compte la fin du premier mandat de Chirac, la campagne présidentielle de 2002, et le début de son deuxième mandat. Elle comprend trois mois d'analyse : un mois et demi avant la fin de son premier mandat et une durée équivalente à partir du début de son deuxième mandat (quatorze numéros). La dernière période, enfin, aborde la campagne pour le référendum sur la Constitution Européenne, qui a eu lieu le 29 mai 2005. Le rejet majoritaire de la population à ce projet constitutionnel (avec 55% des votes négatifs) se produit à un moment où le mandat de Jacques Chirac et le gouvernement de Jean-Pierre Raffarin sont très impopulaires et va entraîner, de façon indirecte, la démission de Raffarin et la nomination d'un nouveau Premier Ministre : Dominique de Villepin, le 31 mai 2005. Cette période est constituée de neuf numéros.

Afin de faciliter la comparaison inter-corpus, nous avons jugé convenable que le corpus d'application, argentin, soit équivalent au corpus de référence, français. Nous avons alors opté pour deux périodes qui ne soient pas issues des spécificités politiques locales, à savoir : le début du premier mandat présidentiel et la réélection. Ainsi, la première période comprend trois mois d'analyse (treize numéros) à partir du début du mandat, le 8 mai 1989 ; et la deuxième recouvre la fin du premier mandat, la campagne de réélection, les élections qui ont eu lieu le 14 mai 1995, et le début du deuxième mandat. Au total cette période est constituée de douze numéros[247].

5.2.2 Parcours méthodologique

Les méthodes que nous décrirons dans cette section s'appliquent aux deux corpus des journaux : une analyse sémio-linguistique et rhétorico-stylistique, une analyse de contenu[248], avec des techniques de contrôle interjuge partielles de la codification, des analyses statistiques et comparatives. L'intérêt de cette thèse porte sur le traitement que le CE et S/12 font des présidents Jacques Chirac et Carlos Menem et nous ne prétendons pas d'extrapoler les résultats obtenus à la totalité des journaux ou des hommes politiques. Même si le nombre d'exemplaires du corpus de référence est une proportion significative du total de numéros publiés pendant la Présidence de J. Chirac, leur choix fut déterminé pour des raisons de signifiance politique et non de manière aléatoire.

Notre corpus de référence composite est constitué par 234 titres et 405 images publiés dans le CE qui se réfèrent au président Jacques Chirac. Notre corpus d'application composite, pour sa part, est de 36 titres et 65 images publiés dans S/12 qui portent sur le président Carlos Menem (voir l'Introduction de la troisième partie pour plus de détails).

5.2.2.1 Analyse sémio-linguistique et rhétorico-stylistique

La première approche constitue l'un des points d'appui fondamentaux de notre recherche. Elle cherche à étudier les différents procédés mis en place par les journaux pour produire du sens, en privilégiant un regard sémio-linguistique et rhétorico-stylistique, faisant particulière attention dans ce dernier cas, aux figures rhétoriques ou de style, tel que nous avons précisé dans le chapitre précédent. Les titres et images de nos corpus seront considérés

[247] La présentation du contexte politique des périodes choisies est présentée dans le chapitre 6.
[248] Cette analyse s'applique autant au niveau de la forme que du contenu.

en tant que textes (voir la section 4.1.), des systèmes composés de signes linguistiques (les premiers) et des signes iconiques, signes plastiques et signes linguistiques (les deuxièmes).

Notre démarche se rapproche fortement du travail sémiologique proposé par Anne-Marie Houdebine[249], qui se divise en deux phases :

La première phase consiste en une analyse sémiologique, systémique, descriptive des textes, à travers laquelle nous séparons chaque groupe de signes et les étudions sur le plan de l'expression et du contenu. Nous observons et analysons ensuite la manière dont ces signes interagissent dans la production du sens. L'enjeu est de montrer que les éléments répondent à une organisation interne, cohérente et articulée. A l'aide des autres méthodes utilisées, nous nous efforcerons de dévoiler une sorte de grammaire qui opère dans les textes. Cet outil a l'avantage d'aider d'une manière systématique à l'analyse sémio-linguistique et rhétorico-stylistique des messages linguistiques et icono-plastiques. Cette procédure présuppose que, d'une manière générale, certaines composantes sémio-linguistiques et rhétorico-stylistiques peuvent être appliquées aux deux types de langage (verbal et visuel), comme c'est le cas – avec quelques spécificités- des figures rhétoriques, par exemple.

La deuxième phase est présentée par A.-M. Houdebine comme une sémiologie interprétative. Sur la base de l'analyse formelle précédente, cette phase s'approche du contenu et des « significations décelables ». La conception que l'auteur propose de cette démarche, comme une « sémiologie des indices » nous semble tout à fait appropriée. Selon ses propres paroles,

> « la signification se construit dans les rapports contextuels et différentiels du domaine étudié, ainsi qu'en regard des valeurs culturelles symboliques qu'ils paraissent évoquer, ou que leur statut d'indice –ou de signifiant indiciel- suggère à l'analyste (…) Cette sémiologie privilégie donc l'approche du sens (contenu dénoté, références thématiques, connotations) et l'enracinement de celui-ci dans des représentations collectives profondes actuelles ou anciennes (sens commun, stéréotypes, imaginaires)» (2003 : 204).

Houdebine propose d'inscrire cette approche sémiologique dans le champ de l'anthropologie culturelle, ce qui nous semble tout à fait valable pour notre étude. A partir de l'analyse des textes verbaux et mixtes des deux journaux français et argentin, nous nous plongeons dans un réseau de significations intimement lié à la culture des deux pays. Pensons, par exemple, aux expressions familières et figées, au bagage culturel mobilisé indirectement dans les textes, aux multiples représentations sociales politiques et culturelles qui émergent des analyses.

Si plusieurs données relevées dans notre démarche répondent à l'observation et à la description, il y en a d'autres qui sont plus interprétatives et par conséquent, plus liées à la subjectivité du chercheur. C'est notamment le cas des traits de caractère attribués au personnage ou des figures rhétoriques identifiées. Consciente de ceci, nous avons tenté de mener une étude rigoureuse, où chaque décision et chaque interprétation sont explicitées et justifiées. En outre, nous avons enrichi nos analyses en consultant des lecteurs des journaux, pour les traits de caractère (voir section 5.2.3.), et des experts en figures rhétoriques.

Le travail d'analyse que nous faisons rejette une approche immanente, limitée aux signes présents dans les textes sans prendre en considération les éléments co-textuels et

[249] A.-M. Houdebine (2003). De la viande, aliment ou chair : analyse sémiologique de différents signes de la culture. *Revue des Lettres et de Traduction*. Kaslik : Université Saint-Esprit.

contextuels. Ceux-ci deviennent essentiels à l'interprétation car les discours satirico-humoristiques actualisent avec fréquence un bagage culturel non forcément en rapport avec les sujets traités. En outre, pour le cas particulier des titres, il a été nécessaire de lire la totalité de l'article car parfois il était impossible de les comprendre séparément, à cause du langage figuré et elliptique utilisé. On peut dire donc que notre approche est intégrative –et même intégrationnelle dans le sens de R. Harris puisque le signe n'est pas isolable du contexte (voir la section 4.3.1.)-, en incorporant des connaissances extérieures aux textes, qui soient pertinentes et riches pour l'analyse.

Dans cette première étape, nous avons travaillé avec deux grilles d'analyse, auxquelles nous faisons référence plus longuement dans la section 5.2.3.1. de ce chapitre. Pour les élaborer, nous nous sommes inspirée des grilles que nous avions élaborées pour notre mémoire de Master Recherche, ainsi que des travaux, tout particulièrement, de Martine Joly, le Groupe µ et Dominique Maingueneau[250].

5.2.2.2 Analyse de contenu et processus de codification

Après ce travail descriptif, interprétatif et analytique des titres et des images de nos corpus, nous nous sommes focalisée sur la restructuration, la modification et l'enrichissement du système catégoriel. Une bonne partie du contenu qualitatif a été codifiée et quantifiée. Nous ne nous attarderons pas sur ce processus car il est décrit en détail dans la section « Processus de dimensionnalisation et catégorisation » de ce chapitre. Il faut dire que le but de cette étape est de chercher des régularités et même des invariants dans l'analyse, c'est-à-dire, des éléments de contenu et de forme (voir *infra*) qui constituent une constante dans l'ensemble de notre corpus. Ces régularités rendent possible autant l'élaboration des catégories que la quantification. A l'issue de ce travail de systématisation et quantification de nos catégories d'analyse, nous sommes parvenue à des fréquences absolues nous permettant de connaître la distribution des catégories dans les corpus. Cette approche offre un vaste panorama de diverses catégories de contenu et de forme ainsi que de leur poids dans le corpus. Elle ne rend pas possible, pourtant, d'étudier les dépendances et associations entre ces variables. Nous avons alors opté pour des méthodes de calcul statistique, qui vont compléter les autres méthodes.

5.2.2.3 Analyses statistiques

Il ne s'agit pas ici de décrire de manière approfondie les outils statistiques utilisés – nous renvoyons le lecteur aux ouvrages spécialisés- mais notamment d'expliquer les objectifs que nous cherchions atteindre à partir de leur application. Les outils statistiques mis en place peuvent être divisés en deux groupes : d'une part, des techniques limitées aux croisement de deux variables ; d'autre part, des techniques qui s'appliquent à plusieurs variables.

[250] A. Pedrazzini, 2004 ; M. Joly. (1993). *Introduction a l'analyse de l'image*. Paris : Nathan ; (1994). *L'image et les signes. Approche sémiologique de l'image fixe*. Paris : Nathan ; D. Maingueneau (1976). *Initiation aux méthodes de l'analyse du discours.* Paris : Hachette ; Groupe µ, 1992.

Le test de χ^2 (ou khi deux) et le calcul de l'écart résiduel standardisé

Le point de départ pour calculer ces deux tests est le tableau de contingence, qui résume l'observation de façon simultanée de deux caractéristiques données (deux variables) dans un ensemble d'unités d'observation (population observée)[251]. Les modalités de ces variables sont distribuées en lignes et colonnes.

En ce qui concerne le **test de χ^2**, il permet d'évaluer le degré d'association entre deux variables (par exemple, les personnages représentés dans les images et les périodes considérées). La statistique utilisée pour prouver l'hypothèse d'indépendance entre deux variables évalue le degré de divergence entre les fréquences observées et attendues sous la présupposition d'indépendance. Ce test statistique suit une distribution de probabilité *khi deux*, ce qui rend possible de connaître quelle probabilité (p-valeur) a cette variable d'avoir une valeur donnée. Si cette probabilité est très basse, cela veut dire que l'hypothèse a une probabilité très faible d'être vraie. Pour nos calculs, nous avons choisi une valeur de probabilité seuil de 0,01. Ainsi, quand la p-valeur est égale ou inférieure à 0,01, nous rejetons l'hypothèse nulle d'indépendance entre les deux variables étudiées. Le **calcul de l'écart résiduel standardisé** permet de connaître quelles cases, à l'intérieur d'une table de contingence, présentent une différence significative par rapport au reste, autrement dit, quelles cases s'écartent de la norme. Cette procédure prend aussi comme point de départ, les fréquences observées et les fréquences attendues.

Pour illustrer le but dans l'application de ces deux tests, reprenons l'un des objectifs de notre thèse, qui consiste à étudier si l'image du président Jacques Chirac a varié au cours des périodes analysées. En focalisant sur les traits de caractère du personnage, le test de χ^2 nous permettra de savoir si la variable sur les traits est dépendante de la variable « période ». Si la réponse est affirmative –comme nous verrons, c'est le cas-, cela veut dire que l'ensemble de traits de caractère attribués au personnage ne se distribue pas de manière équivalente dans toutes les périodes. Alors que le test de χ^2 nous informe sur la variable comme ensemble, le calcul de l'écart résiduel standardisé nous fournira des informations sur les traits spécifiques qui varient selon les périodes.

L'Analyse multivariée

Les méthodes d'Analyse multivariée font partie de la statistique descriptive étant donné que leurs techniques ne sont pas inférentielles. Cette statistique cherche à décrire un aspect de la réalité, en résumant et présentant les données observées sous la forme la plus accessible possible. L'Analyse multivariée fournit les moyens pour explorer une réalité multidimensionnelle complexe et la faire interprétable, permettant l'étude de masses d'information volumineuses et complexes ainsi que la confrontation de manière simultanée de deux ou plusieurs variables[252]. Elle opère à partir de la simplification et réduction des

[251] E. Crivisqui. (1993). *Análisis Factorial de Correspondencias. Un instrumento de investigación en ciencias sociales.* Laboratorio de Informática Social, Universidad Católica de Asunción. Asunción.
[252] N. Baccalá et V. Montoro. (2008). *Introducción al Análisis Multivariado*. Centro Regional Universitario Bariloche, Universidad Nacional del Comahue, n°51, Bariloche.

données. Les divers traitements statistiques de cette thèse furent réalisés à partir du logiciel SPAD N. 5.5. (voir la section 4.4. des annexes).

Analyse Factorielle de Correspondances

Cette méthode permet d'étudier l'association entre deux variables qualitatives ou nominales (Analyse Factorielle de Correspondances Simples - AFCS) ou plus de deux variables nominales (Analyse Factorielle de Correspondances Multiples - AFCM). Les modalités de ces variables doivent être mutuellement exclusives, c'est-à-dire que chaque individu (titre ou image) ne peut être classé que dans une seule des modalités des variables considérées.

Pour appliquer ces méthodes, l'information doit être organisée dans une matrice de données. Dans l'AFCS, celle-ci est un tableau de contingence où est présenté le nombre de co-occurrences entre toutes les modalités correspondant à deux variables différentes. Dans le Tableau 5.1., le tableau de contingence est formé par la variable « personnages dont il est question dans les titres », et la variable « rapport des personnages ». Ainsi, la première case présente la fréquence absolue (nombre de fois : 16) où les titres du CE qui font référence à Jacques Chirac avec son Premier ministre privilégient un rapport de collaboration entre eux.

En échange, dans l'AFCM la matrice est formée par autant des lignes comme il y a des individus (des titres ou d'images), et autant des colonnes comme il y a des variables. A chaque individu correspond un code qui renvoie à une modalité spécifique. Contrairement à ce qui se passe dans le tableau de contingence, où les chiffres indiquent le nombre d'individus qui réunissent les deux catégories en question de manière simultanée, dans la matrice est présentée la catégorie dans laquelle chaque individu a été codifié. Dans le Tableau 5.2., la première colonne indique le code de chaque image du CE ; la deuxième colonne, la période analysée (le code 1 renvoie à 1995) ; la troisième colonne, le type d'image (1 renvoie à caricature politique et 2 à *strip politique*), et ainsi de suite.

	CHPM	CHPA	CHAD	CHGE	CHAU	CHFA	CHPE	CHME
RAPC	16	22	2	9	2	6	1	2
RAPA	7	7	19	12	4	0	3	3
RAP-	6	8	3	1	1	0	2	0

Tableau 5.1. Tableau de contingence qui croise la variable « personnages dont il est question » avec la variable « rapports entre les personnages », du corpus constitué par les titres du CE.

B1 ANNE

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	CODE	ANNE	TIMA	PAGE	PLAC	AUTE	THEM	PERS	PROX	REGL	RAPP
2	I001	1	1	1	3	8	4	4	2	1	3
3	I002	1	1	1	5	2	4	12	2	1	1
4	I003	1	1	1	2	2	4	8	2	1	1
5	I004	1	1	2	6	5	4	2	2	1	1
6	I005	1	1	2	5	5	4	4	2	1	2
7	I007	1	1	3	2	2	1	6	2	2	1
8	I008	1	1	3	5	6	1	4	2	1	1
9	I010	1	2	5	4	2	1	8	1	1	1
10	I011	1	2	5	6	7	6	4	2	2	2
11	I012	1	2	6	6	2	1	12	1	1	1
12	I013	1	1	6	3	3	6	4	2	1	3
13	I014	1	1	1	2	2	4	3	2	1	3
14	I015	1	1	1	5	8	6	3	1	1	1
15	I016	1	1	2	7	2	4	12	1	2	1
16	I017	1	1	2	6	8	1	2	2	1	3
17	I018	1	1	2	5	5	4	9	2	1	1
18	I019	1	1	3	5	7	4	3	2	1	3
19	I021	1	1	4	2	8	4	9	2	1	3
20	I022	1	1	1	6	7	7	12	2	1	1
21	I023	1	1	1	4	8	4	2	2	1	1
22	I026	1	1	4	5	2	7	12	2	1	1
23	I028	1	1	4	2	8	9	2	2	1	3
24	I029	1	1	5	4	2	9	7	1	1	1
25	I031	1	1	6	4	7	9	6	2	1	1
26	I032	1	1	1	2	8	9	3	2	1	3
27	I033	1	1	1	6	8	4	7	1	1	1
28	I034	1	1	2	7	2	9	12	2	2	3
29	I039	1	1	1	4	6	8	5	2	3	1
30	I041	1	1	3	5	8	1	3	2	1	2
31	I042	1	1	4	4	4	7	2	2	1	1
32	I059	1	1	6	6	2	4	2	2	1	1
33	I061	1	1	1	6	2	7	6	2	1	1
34	I064	1	1	2	3	5	7	9	2	1	2
35	I065	1	1	3	2	2	3	3	2	1	1

Tableau 5.2. Fragment de la matrice utilisée pour l'analyse présentée dans la section 7.4.2., sur les personnages, leurs rapports, leur proxémique et les thématiques abordées, appliquée au corpus des images du CE. La période, le type d'image, la page, l'emplacement, l'auteur et le registre de langue ont intervenu comme des variables illustratives (voir *infra*).

L'Analyse Factorielle de Correspondances (AFC) fournit des représentations graphiques bidimensionnelles des éléments -des plans factoriels- sur lesquels on peut projeter les modalités des variables de l'étude ainsi que les individus ou unités statistiques. Le plan factoriel est déterminé par deux axes orthogonaux, des axes factoriels. Les directions de ces axes factoriels sont établies par les modalités des variables qui différencient le plus les individus. Les modalités qui ont une contribution majeure à la constitution d'un axe sont celles qui présentent une contribution supérieure à la moyenne.

Les variables intervenant dans une AFC peuvent être actives ou illustratives. Les premières servent à définir les axes factoriels alors que les deuxièmes ne contribuent pas à la constitution des axes mais servent à les illustrer. Elles sont nommées variables illustratives ou supplémentaires parce qu'elles permettent d'illustrer la structure de l'information obtenue à partir des variables actives[253]. Les modalités illustratives qui peuvent être prises en considération dans l'analyse sont celles qui ont atteint ou dépassé la valeur test, fixée statistiquement à 1,96 ($p < 0,05$).

Le traitement statistique fournit un histogramme de valeurs propres, le pourcentage cumulé de l'inertie du nuage de points associé à ces axes. Ce pourcentage donne des informations sur la variabilité des données et il est pris en considération pour le choix du nombre d'axes factoriels à partir desquels les données seront interprétées. L'analyse des plans factoriels permet de former des groupes entre les modalités contributives qui se trouvent proches entre elles, facilitant la construction des typologies d'individus. Les individus sont

[253] M. de Torres Curth. (2005). « Tomar apuntes en la Universidad ». Mémoire de Master en "Enseñanza de las Ciencias Exactas y Naturales". Centro Regional Universitario Bariloche, Universidad Nacional del Comahue. Bariloche.

plus semblables quand ils partagent un plus grand nombre de modalités. La méthode regroupe les cas les plus similaires et éloigne les plus différents, rendant possible de savoir quelles modalités distinguent le plus les individus. Les individus qui se trouvent proches du centre de gravité du nuage de points dans le plan factoriel, sont ceux qui présentent des caractéristiques peu discriminantes.

Analyse de Classification Hiérarchique Ascendante

Afin de vérifier les groupes conformés grâce aux Analyses de Correspondances, le paquet statistique du SPAD.N permet d'appliquer une Méthode de Classification Hiérarchique Ascendante sur les individus ou unités statistiques utilisant comme variables leurs coordonnées factoriels dans les axes principaux des AFC. Les Méthodes de Classification apportent une approche complémentaire pour la construction des typologies d'individus. On utilise la Méthode de Ward comme procédure d'agrégation pour la constitution des classes. Le résultat graphique est le dendrogramme ou arbre de classification avec des indices permettant d'évaluer la distance (et donc la similitude ou la dissimilitude) entre les éléments ou unités statistiques. Le dendrogramme est formé par des nœuds qui représentent l'union de deux éléments (individus ou groupes d'individus). Leur emplacement dans le graphique est proportionnel à la distance entre ces deux éléments. Le dendrogramme est considéré pour définir le nombre de classes retenues pour l'analyse.

L'Analyse de Classification Hiérarchique Ascendante (ACHA) est l'une des méthodes de classification les plus utilisées. Comme son nom le signale, elle hiérarchise les éléments de manière ascendante, c'est-à-dire qu'elle regroupe successivement les individus les plus proches entre eux, formant des classes ou *clusters*. La méthode informe l'indice d'homogénéité interne des classes et rend compte des individus les plus représentatifs.

L'Analyse Factorielle de Correspondances et l'Analyse de Classification Hiérarchique Ascendante ont été utilisées pour étudier l'association des titres, d'une part, et des images, d'autre part, selon les diverses variables prises en considération. Par exemple, une analyse réalisée a consisté à évaluer si la représentation graphique du personnage Chirac (ses actions, ses gestes, sa posture du corps, ses expressions faciales, ses vêtements) varie selon la période et le style de chaque dessinateur.

5.2.2.4 Analyses comparatives

L'analyse des relations –associations et comparaisons- entre différents aspects de deux corpus est présente à divers stades de la recherche. Nous ferons des comparaisons intra et inter-corpus.

5.2.3 Processus de dimensionnalisation et catégorisation

Après avoir présenté les différentes phases méthodologiques, nous nous centrerons spécifiquement sur le processus de dimensionnalisation et catégorisation, central dans les deux premières étapes, mais également présent dans la troisième étape.

Loin d'être clos et définitif, notre système de dimensions et catégories d'analyse doit être entendu comme un processus qui s'est nourri de plusieurs approches théoriques et méthodologiques et qui a impliqué de nombreux allers et retours afin d'adapter les catégories

aux corpus étudiés et aux analyses réalisées. Cette conception d'un processus dynamique et ouvert nous fait penser à la théorie de Julia Kristeva sur l'intertextualité. La notion d'un large tissu de dimensions et catégories d'une complexité croissante nous semble donc pertinente.

Nous avons essayé de saisir la richesse des phénomènes abordés à partir d'un grand éventail de dimensions à étudier, qui sont le résultat des décisions prises aux différents moments de la recherche et qui constituent bien évidemment *un* des chemins possibles. Il y a des dimensions de différentes complexités : d'une part, les macro-dimensions (les références culturelles, par exemple), qui portent sur des champs suffisamment complexes pour être constitués par des dimensions (thème, échelle, mode, savoir mobilisé), chacune de celles-ci comprenant un ensemble de catégories (art et philosophie, géographie, histoire et politique, sports, etc. pour le cas de thèmes) ; et d'autre part, les dimensions qui sont directement composées de catégories, telle que la dimension sur les types de titres, qui a comme catégories le titre principal, le titre des échos, etc.

Certaines dimensions sont présentes dans tous les individus (titres ou images), comme c'est le cas de la période, le type de titre ou d'image, la thématique abordée ; et d'autres sont facultatives, c'est-à-dire qu'il se peut qu'une dimension ne soit pas pertinente pour être appliquée à un titre ou une image donné, comme il arrive dans le cas des figures rhétoriques (il y a des titres et des images où nous n'avons pas identifié de figures), les traits de caractère ou les références culturelles[254]. Il faut aussi distinguer les dimensions dont leurs catégories sont mutuellement exclusives entre elles de celles qui ne le sont pas. Dans les premières, chaque titre ou image est classé dans une seule catégorie de toutes celles qui sont contemplées dans la dimension (personnages, thématiques abordées, rapports entre les personnages, registre de langue, etc.) alors que dans les deuxièmes, un seul titre ou une seule image peut être classé dans deux ou plus de catégories à l'intérieur d'une même dimension d'analyse (traits de caractère et figures rhétoriques)[255].

Le processus de dimensionnalisation et catégorisation a été interactif, c'est-à-dire que dans certaines occasions il a été **déductif** (de haut en bas), dans d'autres, il a été **inductif** (de bas en haut), et dans d'autres occasions, enfin, il a incorporé deux voies (**mixte**). Un exemple du premier cas est la classification appliquée aux figures rhétoriques, qui est une adaptation du courant traditionnel, et plus particulièrement, de la proposition d'Axelle Beth et Elsa Marpeau développée dans le chapitre 4. La dimension concernant les thématiques des titres ou images est plutôt un exemple du cas inductif car même si nous suivons la division classique en politique intérieure et politique extérieure, nos catégories sont issues du corpus travaillé. On procède ainsi de l'observation à l'élaboration de catégories. Le troisième cas, pour sa part, s'applique aux traits de caractère, dont la division en quatre dimensions (Compétence, Intégrité, Fiabilité et Charisme et empathie) provient des recherches menées dans le champ de la psychologie politique. Néanmoins, plusieurs catégories de ces dimensions ont été créées à partir de nos données. Notons que la macro-dimension « représentation visuelle du

[254] Le cas de la dimension qui porte sur les personnages dont il est question est particulier pour les images, car la référence au personnage présidentiel est toujours présente : cela est liée à la délimitation du corpus. Mais nous différencions si le personnage est ou non dessiné (catégorie *personnage absent*).

[255] Pourtant, il faut préciser que pour les analyses statistiques, ces variables ont été transformées en mutuellement exclusives.

personnage » comprend plusieurs dimensions, dont certaines sont inductives et d'autres mixtes.

Les dimensions ont été classées en trois groupes : les dimensions de caractérisation, qui s'occupent des aspects généraux des titres et des images (période, page, emplacement, etc.) ; les dimensions du contenu, qui s'intéressent au « quoi » de l'objet d'étude, plus centré sur la représentation élaborée du personnage (trais de caractère, etc.) ; et enfin, les dimensions de la forme, qui s'intéressent au niveau de l'expression, au « comment » de l'objet d'étude, autrement dit, aux procédés utilisés pour produire cette représentation (figures rhétoriques, références culturelles, etc.). Un schéma récapitulatif (Tableau 5.3.) permet de visualiser les dimensions d'analyse selon les distinctions que nous venons d'effectuer.

	Macro-dimension	**Dimension toujours présente**	**Catégories mutuellement exclusives**	**Processus de catégorisation**		
				Déductif	**Inductif**	**Mixte**
DIMENSIONS DE CARACTERISATION						
PERIODE		X	X		X	
TYPE DE TITRE*		X	X			X
TYPE D'IMAGE**		X	X	X		
PAGE**		X	X		X	
EMPLACEMENT**		X	X			X
AUTEUR**		X	X		X	
DIMENSIONS DU CONTENU						
PERSONNAGES		X	X		X	
THEMATIQUES		X	X		X	
TRAITS DE CARACTERE	X					X
RAPPORTS ENTRE PERSONNAGES			X		X	
GOUTS ET HABITUDES**			X		X	
DIMENSIONS DE LA FORME						
REGISTRE DE LANGUE			X	X		
REPRESENTATION VISUELLE DU PERSONNAGE**	X		X		X	X
POSITION ENONCIATIVE DU PERSONNAGE**			X	X		
DECOR**			X		X	
FIGURES RHETORIQUES	X			X		
REFERENCES CULTURELLES	X		X			X

Tableau 5.3. Caractéristiques des dimensions d'analyse correspondant aux titres et images qui constituent nos corpus composites. En italique, les dimensions communes aux titres et images ; avec *, celles appliquées uniquement aux titres ; avec **, celles appliquées uniquement aux images.

5.2.3.1 La construction d'une séquence de grilles d'analyse

Le processus de dimensionnalisation et de catégorisation a compris plusieurs étapes de travail (voir

Tableau 5.5.), très étroitement liées les unes aux autres, qui correspondent en bonne partie aux méthodes utilisées. Ces étapes sont ponctuées par les grilles d'analyse qui ont été utilisées à chaque moment de la recherche, et qui démarrent comme des grilles plus descriptives et deviennent de plus en plus quantitatives.

Les trois groupes de méthodes (analyse de discours, analyse de contenu et analyses statistiques) utilisés apportent trois approches différentes mais complémentaires de notre objet d'étude.

La **première approche** consiste à analyser les titres et les images d'un point de vue notamment sémio-linguistique et rhétorico-stylistique, tel que nous l'avons précisé précédemment, en travaillant avec deux grilles initiales réalisées avec le logiciel Microsoft Word[256], où l'on écrit la date de parution du titre ou de l'image, son code d'identification et son titre, ainsi que l'on décrit chaque dimension considérée. A savoir, autant pour les titres que pour les images : le personnage, la thématique, le registre de langue, les figures rhétoriques, des traits de caractère associés au personnage, les références à un bagage culturel et les procédés humoristiques. Exclusivement pour les signes icono-plastiques : les gestes, les actions, et la posture du corps du personnage, ses vêtements, la proxémique en relation avec d'autres personnages, les animaux ou objets représentés, et le décor. Pour les signes linguistiques de l'image, il faut ajouter la catégorie d'énonciation des phrases proférées par le personnage. Quelques grilles d'analyse ont été incorporées dans les annexes de cette thèse (voir la section 4.1.).

Il faut ici distinguer le corpus du premier ordre du corpus du deuxième ordre, car si les titres et les images constituent en eux-mêmes des corpus de premier ordre, l'interprétation de possibles traits de caractère associés au personnage sont des descriptions qui deviennent par elles-mêmes des corpus d'analyse, que nous qualifions comme de deuxième ordre.

Comme nous venons de le signaler, certaines des dimensions d'analyse ont été maintenues, d'autres ont été modifiées et d'autres, enfin, ont été supprimées[257].

Une fois que nous avons déplié la liste des descriptions faites pour chaque dimension, nous sommes passée à la **deuxième approche**, plus caractéristique de l'analyse de contenu, qui a consisté à regrouper les descriptions les plus semblables afin d'élaborer nos catégories d'analyse, et puis les quantifier. Nous avons alors élaboré une deuxième grille demi-descriptive demi-quantitative en Microsoft Excel. Cette étape a impliqué des reformulations successives en fonction de nos données, comme le réajustement des catégories déjà élaborées et la création de nouvelles catégories. Ensuite, nous avons procédé à une systématisation, opérationnalisation et codification de nos catégories d'analyse, à partir de la description minutieuse des critères suivis pour classer les donnés, et de l'étiquetage en quatre caractères de chaque catégorie –selon l'exigence du logiciel statistique employé.

Pour la classification de certaines dimensions d'analyse (notamment les traits de caractère), nous avons appliqué un contrôle interjuge partiel pour la totalité des titres et trois quarts des images du CE. Deux personnes étrangères à la recherche, lectrices de

[256] Nous considérons chaque logiciel utilisé pour confectionner les grilles, comme étant assez caractéristique de chacune des trois approches décrites, qui vont de la description qualitative à la quantification.

[257] Ceci est le cas des animaux et objets représentés, dont la rare existence pour les premiers et la grande diversité pour les deuxièmes, rendaient l'analyse difficile. Pour le cas des objets dessinés, nous en parlons davantage dans la section 5.3.7.10.

l'hebdomadaire, diplômées universitaires et appartenant à des tranches d'âge différentes (étudiante universitaire pour l'une, professeur retraitée pour l'autre) ont été consultées. Nous avons fait une grille pour signaler l'accord ou le désaccord avec la codification de chaque titre et image consultés. Dans la plupart des cas, l'accord a été partiel, car étant au premier abord d'accord avec la codification faite, la personne consultée a ajouté de nouvelles catégories dans la codification. Ceci a donc permis d'enrichir notablement notre analyse. Dans quelques rares occasions, les personnes consultées n'ont pas été d'accord avec notre codification. Quand cela n'a pas obéi à une méconnaissance personnelle des références concernant le bagage culturel dont il était question, mais à une question d'interprétation plus subjective, nous avons procédé à la consultation de deux autres personnes, lecteurs du CE et en activité professionnelle. Les interprétations qui sont restées en doute ont été rejetées. Cette technique de contrôle a fait partie du processus de révision des catégories, contribuant à leur réorganisation et modification.

A l'issue de cette deuxième approche, caractérisée –nous insistons- sur des reformulations récurrentes aux catégories d'analyse, nous avons pu élaborer une troisième grille en Excel, nettement quantitative, dans laquelle chaque file correspond à un titre ou une image, qui présente un code respectif, et chaque colonne, à une catégorie de la dimension d'analyse respective. Un exemple de ces grilles est présenté dans les annexes (voir le Tableau 4.4.).

Dans la **troisième approche**, caractérisée par l'application des procédures statistiques, en première instance le test χ^2 et le calcul de l'écart résiduel standardisé, et en deuxième instance, des analyses multivariées (Analyse Factorielle de Correspondances et Analyse de Classification Hiérarchique Ascendante), chaque dimension est devenue une variable, constituée des modalités d'analyse. Le Tableau 5.4. récupère la terminologie utilisée pour rendre compte de différents concepts du système catégoriel. Notons que la macro-dimension est entre parenthèses parce qu'elle ne s'applique pas à tous les cas.

Niveau de conceptualisation
(Macro-dimension) ⟶ Dimension ⟶ Catégorie
Niveau d'opérationnalisation
(Macro-dimension) ⟶ Dimension ⟶ Variable ⟶ Modalité

Tableau 5.4. Termes utilisés dans les différentes étapes de la recherche pour nommer les parties qui font référence aux dimensions et leurs catégories d'analyse.

De nouveaux réajustements des catégories ont été effectués, notamment pour deux de nos macro-dimensions (les figures rhétoriques et les traits de personnalité), tel que nous préciserons plus bas. Le

Tableau 5.5. reprend chacune des étapes décrites selon les trois approches effectuées.

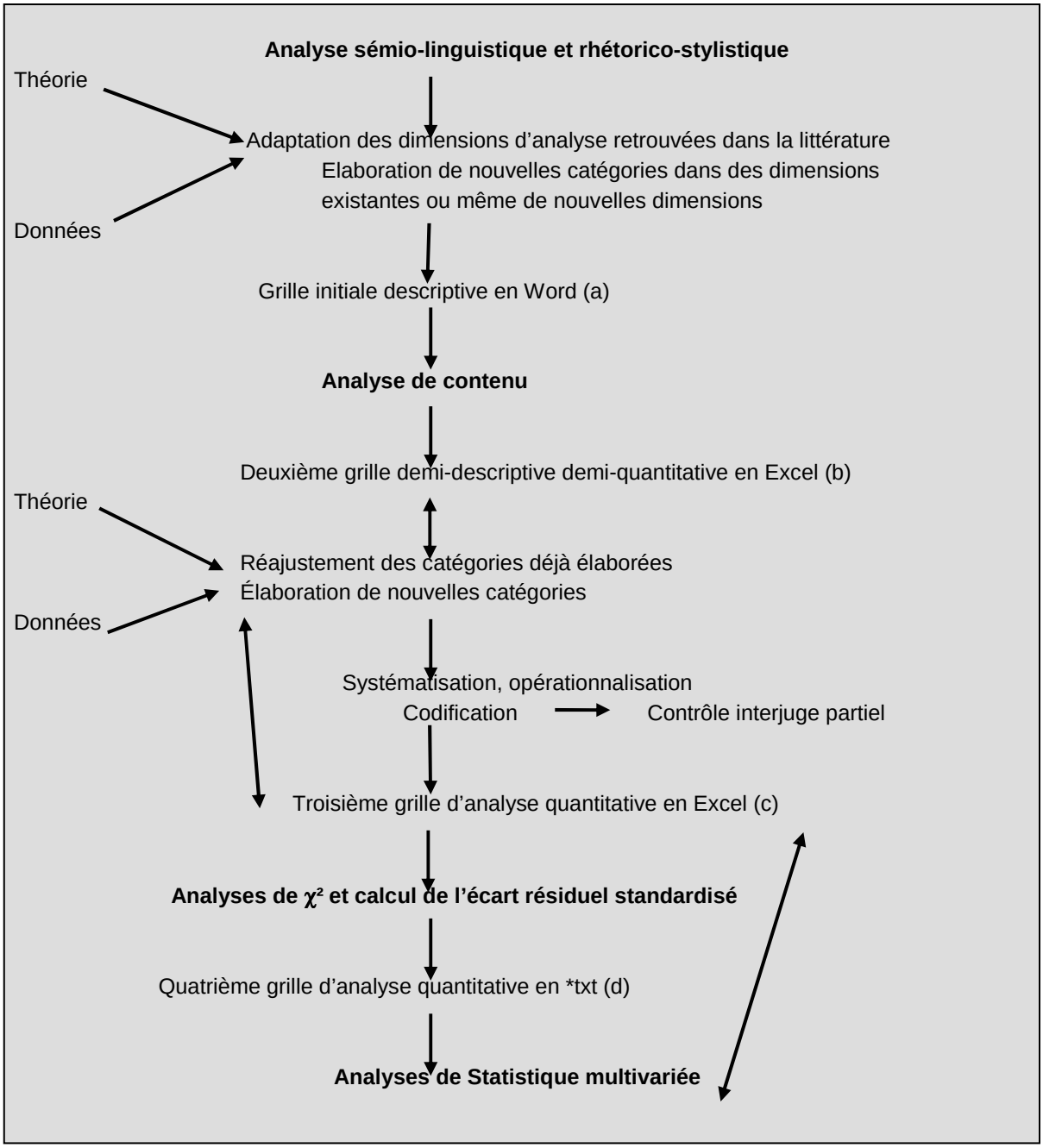


Tableau 5.5. Processus de construction et d'opérationnalisation des dimensions et catégories d'analyse pour les titres et les images qui constituent nos corpus, à partir des trois approches suivies. Les analyses comparatives interviennent à différents stades de la recherche.

5.3 Dimensions et catégories d'analyse des titres et des images du *Canard enchaîné* en tant que corpus de référence

La démarche que nous suivrons consistera à détailler, en premier lieu, les dimensions communes aux titres et images, puis, les dimensions exclusives des titres, pour finir avec celles exclusives de l'image. Nous commencerons par les dimensions de caractérisation, ensuite par celles qui se réfèrent au contenu et enfin, par celles qui s'appliquent à la forme.

5.3.1 Dimensions de caractérisation communes aux titres et images

5.3.1.1 La période

Comme nous l'avons précisé dans l'Introduction et la section 5.2.1.3., nous avons sélectionné quatre périodes de grande importance politique pour étudier les titres et les images du CE : celles distribuées en 1995, en 1997, en 2002 et en 2005. Le Tableau 5.6. présente le total des titres et d'images analysés.

Période d'analyse	Titres	Titres/Numéro	Images	Images/ Numéro
1995 (13 numéros)	79	6,1	111	8,5
1997 (7 numéros)	39	5,6	72	10,3
2002 (14 numéros)	80	5,7	133	9,5
2005 (9 numéros)	35	3,9	89	9,8
T : total **M : moyenne**	**T :** 234	**M :** 5,3	**T :** 405	**P :** 9,4

Tableau 5.6. Nombre des titres et des images qui constituent le corpus du CE, distribués selon la période analysée.

5.3.2 Dimensions de caractérisation exclusives aux titres

5.3.2.1 Le type de titre

Les titres qui constituent notre objet d'étude se distinguent par leur hiérarchie. Ils peuvent être plus ou moins importants selon qu'ils se trouvent à la Une, à la fausse Une ou dans une rubrique à l'intérieur du journal. Nous les avons classés en six catégories (voir la Figure 5.1.):

- Le titre principal à la Une
- Le bandeau : titre à la Une qui renvoie à une autre page. Il est situé dans la section supérieure de la page.
- Les oreilles : texte présenté par les canards dans la section supérieure de la Une et la fausse Une. Il est découpé en deux de manière que l'oreille droite est la suite (généralement la chute) de l'oreille gauche. Il a été pris en considération car il fonctionne comme un titre.
- Le titre des échos (voir la section 3.3.) : on le trouve notamment dans la rubrique *La mare aux Canards*.
- Le titre des articles divers se trouvant à la Une ou à la fausse Une (dernière page)

- Le titre des articles divers qui se placent dans les pages intérieures du journal.

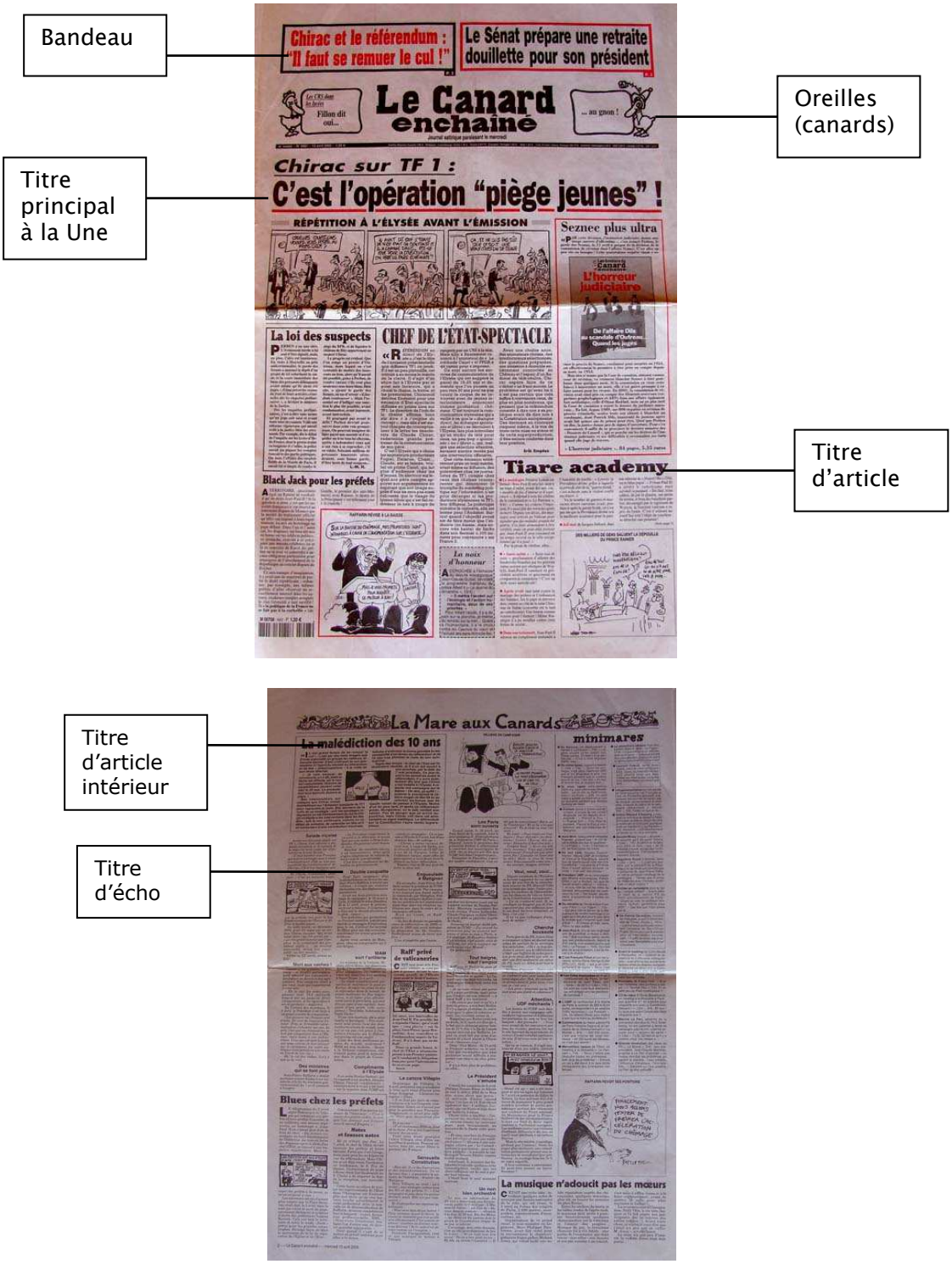


Figure 5.1. (a) En haut : les quatre catégories pour étudier les titres de la Une et, dans le cas des titres situés à la droite, de la Fausse Une aussi (oreilles et titres d'articles). **(b)** En bas : les deux catégories pour étudier les titres des pages intérieures du journal et notamment, de la deuxième page de *La Mare aux Canards*. Une et page 2 du 13/04/2005.

5.3.3 Dimensions de caractérisation exclusives aux images

5.3.3.1 Le type d'image

Le CE publie quatre types d'images : des caricatures politiques, des *strips* ou petites bandes dessinées, des photographies et des photomontages. Compte tenu du fait que nous n'avons trouvé que cinq photographies et photomontages pendant les périodes sélectionnées, ces types d'images ont été exclus de l'analyse. La dimension est donc composée de deux catégories : le *strip* présenté dans la Figure 5.2. et la caricature politique, Figure 5.3. (a).

Figure 5.2. Exemple de *strip*. Pétillon. 6/04/2005, p. 5.

5.3.3.2 La page

Les images de notre corpus peuvent être situées dans toutes les pages du CE. Par une question de similitude thématique, nous avons réuni dans une seule catégorie les pages 3 et 4 (l'espace consacré aux enquêtes journalistiques) d'une part, et les pages 6 et 7 (critique artistique et médiatique). Cette dimension est alors constituée de six catégories : page 1, page 2, pages 3 et 4, page 5, pages 6 et 7, page 8.

5.3.3.3 L'emplacement

Cette dimension comprend huit catégories détaillées par la suite. La Figure 5.3. (b) permet de les visualiser dans la page.

- Section supérieure ou inférieure
- Cadre supérieur droit
- Cadre supérieur gauche
- Cadre inférieur droit
- Cadre inférieur gauche
- Centre ; centre gauche ; centre droit
- Centre supérieur
- Centre inférieur

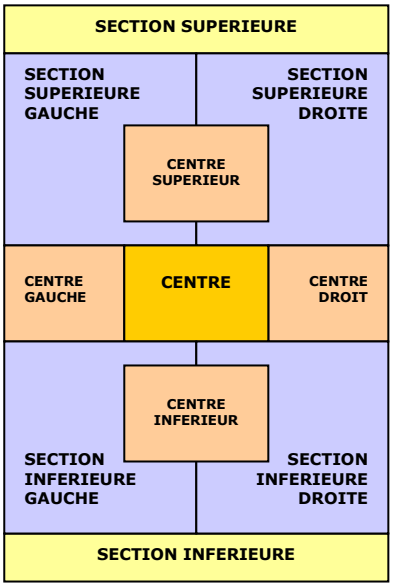


Figure 5.3. (a) A gauche, exemple de caricature politique. Pancho, 6/04/2005. **(b)** A droite, emplacements considérés pour l'analyse de l'image du CE.

5.3.3.4 L'auteur

Les caricatures politiques et les bandes dessinées sont signées par leurs auteurs. Les dessinateurs qui ont collaboré avec le CE pendant les périodes d'analyse considérées sont quatorze: Brito, Cabu, Cardon, Delambre, Escaro, Guiraud, Kerleroux, Lefred-Thouron, Kiro, Pancho, Pétillon, Potus, Shertman et Wozniak. A cause de leur faible fréquence d'apparition, nous avons regroupé dans une seule catégorie les dessins de Brito, Guiraud, Potus, Shertman et Wozniak (entre 2 et 8 dessins chacun), et dans une autre catégorie les dessins de Delambre, Kiro et Pancho (entre 10 et 16 dessins). Tous les autres dessinateurs constituent des catégories séparément.

5.3.4 Dimensions de contenu communes aux titres et images

5.3.4.1 Les personnages

Même si cette dimension est présente autant dans les titres que les images, elle a quelques variations. Nous commencerons par les personnages auxquels on fait référence dans le titre et son article. La décision de prendre en considération l'article également dans cette dimension est due au fait que parfois il est difficile ou risqué d'affirmer sur qui porte le texte en ne lisant que le titre. Les références aux différents acteurs peuvent être donc directes ou indirectes. La variable est composée de sept catégories :

- Chirac seul
- Chirac et son Premier Ministre
- Chirac et des partisans politiques : on comprend ici des amis et partisans politiques et des fonctionnaires nommés par Jacques Chirac.
- Chirac et des adversaires politiques : ces derniers peuvent faire partie de l'opposition ou appartenir au même parti politique que J. Chirac mais avoir une longue histoire de confrontation.

- Chirac et des gouvernants étrangers : la politique extérieure est domaine exclusif du Président de la République. C'est pour cette raison qu'il peut être significatif de considérer quand le titre fait référence au personnage avec ses pairs étrangers. Dans un nombre de cas extrêmement faible, cette catégorie comprend aussi des institutions internationales.
- Chirac et sa famille
- Chirac et d'autres personnes : il s'agit d'une catégorie résiduelle dans laquelle on trouve des juges, des Algériens, des agents de la Direction générale de la sécurité extérieure (DGSE), des militaires.

Par exemple, le titre « Enivré par Juppé. Chirac dissout comme une bourrique! » (23/04/1997, p.1) porte sur J. Chirac et son Premier Ministre alors que « Allô, c'est Chichi » ne fait référence qu'au Président (30/04/1997, p.2). Il faut signaler que quand les titres portent sur deux catégories différentes, nous privilégions la plus fréquente. Si l'un des personnages dont il est question dans le titre appartient à la catégorie résiduelle, nous regroupons le titre dans l'autre catégorie, qui est plus définie.

Pour le cas des images, nous avons dû élargir la dimension, en incorporant cinq nouvelles catégories, dont deux correspondent à des combinaisons de deux catégories :

- Chirac seul.
- Chirac et son premier ministre.
- Chirac et des partisans politiques.
- Chirac et des adversaires politiques.
- Chirac et des gouvernants étrangers.
- Chirac et un conseiller ou assistant : quand elle est en fonction comme responsable de la communication politique du Président, la fille Claude de J. Chirac est classée ici.
- Chirac et sa famille.
- Chirac et le peuple français ou étranger, Chirac et les journalistes : la faible fréquence d'apparition de ces personnages de manière séparée nous a mené à les inclure dans une seule catégorie.
- Chirac et d'autres personnes.
- Combinaison de modalités : Chirac et des acteurs non politiques ou Chirac avec des acteurs politiques et non politiques.
- Combinaison de modalités : Chirac et des acteurs politiques.
- Absent : Jacques Chirac n'est pas dessiné.

A titre d'exemple, la Figure 5.3. (a) représente J. Chirac avec son Premier Ministre alors que la Figure 5.2. correspond à la catégorie combinée « Chirac et des acteurs politiques » (Premier Ministre et allié politique).

5.3.4.2 La thématique abordée

Elle sera classifiée selon qu'elle se réfère à la politique intérieure ou à la politique extérieure. Il y aura six catégories pour la première et trois pour la deuxième. Un troisième groupe de thématiques sera destiné aux sujets mixtes qui sont abordés dans le titre ou l'image.

Politique intérieure

- Communication politique, relations publiques et opinion publique liées au Président : Cette catégorie comprend la médiatisation des discours du chef de l'Etat exceptant la diffusion médiatique des types d'événements spécifiques considérés dans d'autres catégories ; les rapports du Président avec d'autres hommes politiques ; l'opinion que la société a du chef de l'Etat, à partir des avis favorables ou critiques diffusés en public, de la cote de popularité, etc.
- Evénements de participation citoyenne : tout ce qui concerne des élections, des référendums, y compris la communication politique liée a ces événements.
- Affaires de corruption dans lesquelles le Président pourrait être impliqué.
- Actions gouvernementales : actes divers menés par le gouvernement dans des domaines variés.
- Actions controversées du pouvoir : nous considérons une *action controversée* celle qui a été décidée par le chef de l'Etat sans débat ni consensus, apparaissant aux yeux de l'opinion publique et des secteurs divers comme une décision injustifiée ou insoutenable, et décidément polémique. La dissolution de l'Assemblée Nationale a été classifiée dans ce groupe.
- Autre : toutes les autres thématiques non considérées dans les catégories précédentes.

Politique extérieure

- Actions militaires de la France : actions belliqueuses et de défense menées par la France, y compris la communication du Président sur ces sujets.
- Actions diplomatiques, négociations de la France : alors que dans la catégorie précédente, les sujets abordés impliquent une confrontation –réelle ou potentielle- entre la France et d'autres pays, dans cette catégorie il s'agit au contraire des rapports visant à la camaraderie, à des négociations avec d'autres pays.

Thématiques mixtes

- Thématique mixte : elle comprend la mise en rapport de deux événements non forcément liés, qu'ils appartiennent au premier ou au deuxième groupe ou à tous les deux. Il s'agit d'un procédé très utilisé dans la satire et l'humour.

Voici quelques exemples de codification : Le titre « Enivré par Juppé. Chirac dissout comme une bourrique! » (23/04/1997, p.1) fait référence à la Dissolution de l'Assemblée Nationale alors que « Un drapeau français bien chiffonné en Afrique. Du Togo à la Côte d'Ivoire, en passant par Djibouti, Chirac a les oreilles qui sifflent. Et les militaires français ne sont plus les bienvenus » (27/04/05, p. 4) renvoie aux actions diplomatiques de la France. La Figure 5.2. porte sur la campagne pour le référendum de 2005, donc sur un événement de participation citoyenne, et la Figure 5.3. (a) traite d'une action du gouvernement.

5.3.4.3 Les traits de caractère

Une étude exploratoire de notre corpus nous a permis d'identifier cinq critères principaux à partir desquels l'image d'un homme politique est construite : ce qu'il fait, ce qu'il dit, comment il est (sa personnalité et son apparence physique) et avec qui il est. Les trois premiers critères aboutissent à une dimension majeure : celle des traits de caractère de l'homme politique. A partir de ses actions, ses discours et de sa façon de faire face à des

situations diverses, on peut inférer des traits sur la personnalité du personnage. Comme nous l'avons précisé dans le deuxième chapitre, la personnalité des hommes politiques est une composante basique dans leurs images et joue un rôle central dans l'enjeu électoral. Nous avons élaboré des sous-catégories d'analyse nous permettant de saisir la diversité des caractéristiques qui coexistent sous ce qu'on appelle les traits de caractère.

Cette macro-dimension a été conçue à partir d'un corpus de deuxième ordre puisqu'elle a été générée grâce à une analyse de discours des titres et des images, qui s'approche de la démarche caractérisée par Anne-Marie Houdebine (2003) comme une « sémiologie des indices ». Inspirée par différentes études dans le domaine du comportement électoral, et enrichie par l'ouvrage sur l'analyse du discours politique de Patrick Charaudeau *Le discours politique, les masques du pouvoir* (2005), nous avons adopté quatre dimensions pour les analyser. Celles-ci nous semblent saisir l'ensemble des traits les plus significatifs d'un homme politique : **la Compétence ; l'Intégrité; la Fiabilité ;** et **le Charisme et l'empathie.** Alors que les caractéristiques appartenant à chacune des trois premières dimensions étaient clairement séparables, il était moins clair de différencier le charisme de l'empathie, raison pour laquelle nous avons préféré les considérer dans une seule dimension.

Dans chaque dimension, nous avons établi un différentiel sémantique à partir des traits positifs et des traits négatifs associés, afin de faciliter notre analyse. La plupart de ces traits ont été identifiés à partir des recherches dans le domaine du comportement électoral. Pourtant, au cours de l'analyse nous avons été obligée d'élargir la liste pour saisir l'ensemble des traits identifiés dans nos corpus.

Les traits positifs et les traits négatifs sont des attributs opposés. Comme nous travaillons sur la presse satirique, il n'est pas étonnant de détecter que la plupart des traits que nous identifions dans nos corpus sont négatifs. C'est pour cela que nous définirons le sens que nous attribuons à chaque catégorie en nous centrant uniquement sur ces derniers (voir la section 4.3. des annexes). Le sens des traits positifs pourra être déduit par contraste. Nous présentons aussi des exemples tirés de notre corpus de référence composite (titres et images) pour illustrer les catégories. Il est très important de préciser que chaque catégorie d'analyse peut contenir plusieurs traits de caractère.

La compétence : elle fait référence à l'expérience, aux connaissances et à la capacité pour gouverner. L'homme politique doit avoir à la fois le savoir et le savoir faire. Il doit prouver qu'il a les moyens et les connaissances nécessaires « pour réaliser concrètement ses objectifs en obtenant des résultats positifs » (Charaudeau, 2005 : 96). Elle est composée de deux sous-dimensions : d'une part, la formation et l'intelligence logique, d'autre part, l'efficacité.

Formation et Intelligence logique : cette sous-dimension comprend la préparation académique et professionnelle de l'homme politique et son intelligence logique[258].

Traits positifs : astucieux, lucide, inventif, capable, habile, adroit, expérimenté, possédant des connaissances.

Traits négatifs : non astucieux, non lucide, peu inventif, peu imaginatif, incapable, maladroit, inexpérimenté, ignorant.

[258] D'après Howard Gardner, il y a au moins huit intelligences différentes qui comprennent des habilités spatiales, linguistiques, logico-mathématiques, kinesthésiques, musicales, interpersonnelles, intrapersonnelles, et naturalistes. H. Gardner. (1993). *Multiple Intelligences: The Theory in Practice*. New York: Basic Books.

Efficacité : cette sous-dimension est liée à la performance de l'homme politique et aux attributs personnels qui contribuent ou non à l'obtention des résultats attendus.
Traits positifs : efficace, opérant, gagnant, travailleur, économe.
Traits négatifs : inefficace, inopérant, perdant, défaitiste, paresseux, gaspilleur.

Pour illustrer quelques unes de ces catégories, nous présenterons des exemples de titres et d'images de notre corpus. Le titre « Chirac met les palmes dans le plat » (14/05/1997, p. 2) porte sur trois situations dont le Président Chirac ne s'est pas bien sorti lors de sa visite au Festival de Cannes, à cause des maladresses. Le trait dominant du personnage est la maladresse. Les oreilles (voir *infra*) « Match Chirac-Jospin par voie de presse: Lettres... et le néant » est publié à la Une le 14 mai 1997. La campagne des élections législatives est commencée et le CE choisit comme titre principal : « A moins de 15 jours des élections. La campagne entre dans le vide du sujet ». Le contexte dans lequel les oreilles apparaissent est nécessaire pour le comprendre. Nous considérons que le titre donne une image de J. Chirac comme peu inventif, puisque son programme est vide.

Dans une autre paire d'oreilles, c'est la catégorie perdant (à l'intérieur de l'efficacité) qui émerge : « Jospin: de Cintegabelle à Matignon. Chirac: de Sainte-Gamelle à Maxi-gnons! » (p.1, 4/06/1997). Le titre, qui joue avec l'homophonie partielle des mots, porte sur les résultats des élections législatives. L. Jospin quitte son poste de député de Haute-Garonne (Cintegabelle est un village et un canton situés dans ce département, où L. Jospin fut conseiller général) pour devenir Premier ministre, tandis que J. Chirac est le grand perdant. Sainte-Gamelle est la patronne des motards, mais *gamelle* en argot signifie « chute, échec » (*TLFi*) et « ramasser une gamelle » veut dire « tomber, subir un échec ». Ainsi, on met l'accent sur l'échec de J. Chirac, accentué à la fois par l'hyperbole et le calembour « Maxi-gnon ».

Figure 5.4. (a) A gauche, caricature de Pétillon, 24/05/1995, p. 5. **(b)** A droite, 23/04/1997, p. 2.

Nous avons choisi la Figure 5.4. (a) pour illustrer l'attribut d'inefficace/inopérant de la sous-dimension Efficacité. L'une des premières mesures prises par J. Chirac au début de son mandat en 1995, a été d'empêcher les voitures officielles de brûler les feux rouges. Dans la caricature politique de Pétillon, cette mesure se retourne contre lui, ne produisant pas les effets attendus.

L'intégrité : cette dimension fait référence à l'honnêteté, la sincérité, la droiture. « L'homme politique se doit d'être transparent, de ne pas user de tromperies, d'être direct » (Charaudeau, 2005 : 95). Le manque d'intégrité entretient un rapport avec la dissimulation ou la simulation morale afin de tremper dans des affaires de corruption ou de détournement du bien public. Cette dimension est composée de trois sous-dimensions : la modestie, la morale et la sincérité.
Modestie :
Traits positifs : modeste, humble.
Traits négatifs : vaniteux, pédant, ambitieux.
Morale :
Traits positifs : moral, honnête, intègre.
Traits négatifs : immoral, malhonnête, sans scrupules, corrompu.
Sincérité :
Traits positifs : sincère, transparent.
Traits négatifs : hypocrite, faux, menteur, trompeur, opportuniste, opaque, non transparent.

Un exemple de la catégorie immoral/malhonnête/sans scrupules/corrompu est la Figure 5.4. (b). Elle a été publiée lors de la campagne législative de 1997. Jacques Chirac et son Premier Ministre, Alain Juppé, sont associés à des cas de corruption et sont accusés de se servir du suffrage des Français pour leurs propres convenances. Les urnes leur permettraient de se débarrasser de leurs affaires.

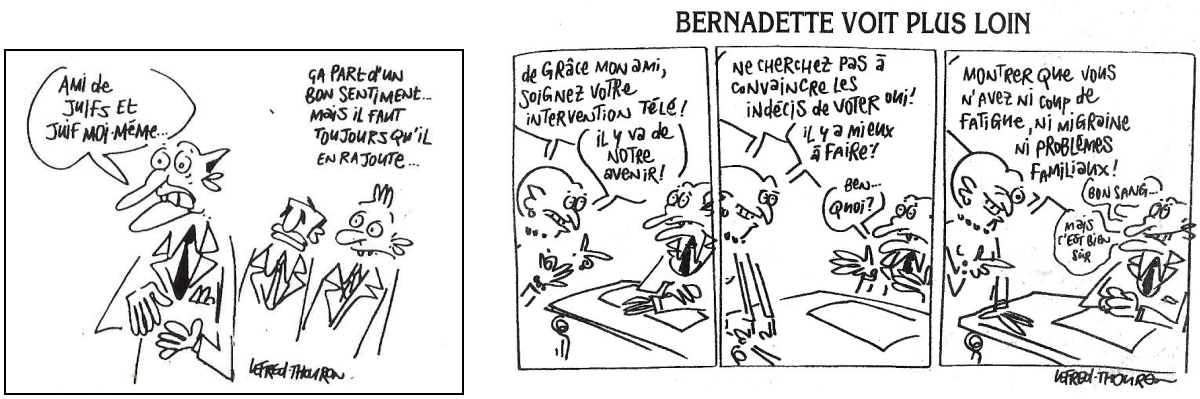


Figure 5.5. (a) A gauche, Lefred-Thouron, 19/07/1995, p. 8. **(b)** A droite, Lefred-Thouron, 25/05/2005, p. 8.

La Figure 5.5. (a) suggère l'image de Jacques Chirac comme quelqu'un qui en fait trop pour s'attirer une bonne opinion des citoyens. Il veut provoquer de l'empathie en utilisant des mensonges. Ce sens correspond à la sous-dimension relative à la sincérité dans son registre négatif. La Figure 5.5. (b) a été publiée avant le référendum sur le projet de la Constitution Européenne. En faisant allusion aux problèmes conjugaux de Nicolas Sarkozy, Bernadette donne un conseil opportuniste à son mari. J. Chirac feint de se scandaliser des propos de sa femme mais il les approuve, adoptant lui aussi une attitude opportuniste.

La fiabilité : appliquée à un homme politique, cette dimension comprend le fait d'être fidèle à ses engagements, d'agir au nom de valeurs qui fondent son projet politique, avoir une force de conviction (Charaudeau, 2005 : 94), prendre des mesures réfléchies. Un gouvernant fiable,

c'est quelqu'un en qui l'on peut avoir confiance, à qui on peut se fier. Cette dimension comprend quatre sous-dimensions : la stabilité émotionnelle et la rationalité, la capacité de décision, la loyauté, et la responsabilité.

Stabilité émotionnelle et rationalité :

Traits positifs : équilibré, stable, réfléchi, mesuré, souple, consistant, cohérent, logique, rationnel, réaliste.

Traits négatifs : déséquilibré, déstabilisé, instable, vindicatif, impulsif, mégalomane, obstiné, contradictoire, incohérent, ambivalent, irrationnel, utopique, rêveur, éloigné de la réalité.

Capacité de décision :

Traits positifs : résolu, déterminé, décidé, fort de conviction, confiant en soi.

Traits négatifs : indécis, incertain, influençable, non confiant en soi.

Loyauté :

Traits positifs : loyal, fidèle à ses promesses et promettre avec modération, patriote.

Traits négatifs : déloyal, infidèle à ses promesses et promettant démesurément, non patriote.

Responsabilité :

Traits positifs : responsable, sérieux.

Traits négatifs : irresponsable, non sérieux, frivole.

La Figure 5.6 (a) présente Jacques Chirac comme un moqueur, se comportant d'une façon vindicative avec Edouard Balladur, son « ami de trente ans » qui l'a trahi lors de la campagne présidentielle de 1995 (voir la section 6.3.). J. Chirac est en position de le faire car c'est lui qui a été élu Président de la République. Il faut noter qu'E. Balladur a l'image d'un homme politique extrêmement sérieux. Dans la Figure 5.6. (b), pour sa part, on présente une idée qui semble contraire à la croyance de la doxa: faire des essais nucléaires pour pouvoir les arrêter après. Delambre met l'accent sur qui pourrait être considéré comme une attitude contradictoire. La Figure 5.6. (c) souligne les promesses non tenues par le Président. Il les confie au nouveau Maire de Paris, Jean Tibéri.

Figure 5.6. (a) A gauche, Cabu, 30/04/1997, p. 2. **(b)** Au milieu, Delambre, 14/06/1995 p. 5. **(c)** A droite, Pétillon, 24/05/1995, p. 1.

La Figure 5.7 est riche en traits de caractère associés au personnage. C'est l'image d'un Président qui dirige et donne des ordres mais aussi celle d'un homme utopique et mégalomane. Il exige de ses ministres l'arrêt de la guerre en Bosnie, l'élimination des exclus et la création d'un vaccin anti-sida. On retrouve aussi des références aux affaires douteuses de J. Chirac (catégorie « immoral/ malhonnête/sans scrupules/corrompu »).

Figure 5.7. Cabu, 5/07/1995, p. 8.

Le charisme et l'empathie : cette dimension mixte fait référence à la fois aux aptitudes de leader de l'homme politique et aux aptitudes sociales, tel que le fait de produire l'adhésion des citoyens, être chaleureux, avoir le don de bien s'entendre et de communiquer avec les autres, se mettre à la place de l'autre. Elle est composée de cinq sous-dimensions : les attributs physiques, les aptitudes communicationnelles, l'autorité, les aptitudes empathiques et la popularité.

Attributs physiques :

Traits positifs : fort, puissant, élégant, belle apparence, dynamique.

Traits négatifs : faible, mauvaise apparence, inélégant, lente.

Aptitudes communicationnelles :

Traits positifs : communicatif, bon orateur, compréhensif, bonne écoute, diplomate, convaincant.

Traits négatifs : non communicatif, mauvais orateur, non compréhensif, mauvaise écoute, non diplomate, grossier, cassant, non convaincant, faire un spectacle de la politique (voir la section 2.1.).

Autorité :

Traits positifs : tolérant, ouvert d'esprit, démocrate, pourvu d'autorité.

Traits négatifs : intolérant, étroit d'esprit, autoritaire, despote, dépourvu d'autorité.

Aptitudes empathiques :

Traits positifs : compatissant, charitable, altruiste, gentil, sympathique.

Traits négatifs : méprisant, insensible, égoïste, odieux, antipathique.

Popularité :

Traits positifs : populaire.

Traits négatifs : impopulaire.

Passons maintenant aux exemples. Le titre « Un drapeau français bien chiffonné en Afrique. Du Togo à la Côte d'Ivoire, en passant par Djibouti, Chirac a les oreilles qui sifflent. Et les militaires français ne sont plus les bienvenus » (27/04/2005, p. 4) met l'accent sur l'impopularité de J. Chirac en Afrique, lors de sa visite dans ce continent. Le 4 mai 2005, le CE publiait dans la page 2 un écho dont le titre « Au secours, Chirac revient ! » abordait la répercussion négative des interventions médiatiques du Président pour faire campagne pour le oui à la Constitution Européenne. D'après le journal, au lieu de faire monter le oui, ses futures interventions pourraient provoquer une chute. Il était considéré comme non convaincant. A

partir de ce titre, on fait allusion a la campagne aux élections législatives de la gauche en 1986 : « Au secours, la droite revient ! ».

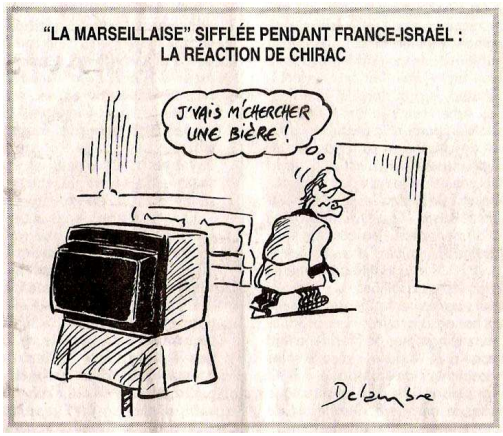


Figure 5.8. (a) A gauche, Kiro, 4/05/2005, p. 4. **(b)** A droite, Delambre, 6/4/2005, p. 6.

Toujours à propos des interventions de J. Chirac dans les médias pour parler du referendum, le titre « Chef de l'Etat-spectacle » (13/04/2005, p. 1) juge que la communication politique du Président est un spectacle. Dans l'article, on critique le fait que sa participation dans une émission télévisuelle soit entièrement réglée par le groupe de communication de l'Elysée, et qu'elle soit affectée par la logique de gagner de l'audience. La Figure 5.8. nous présente J. Chirac comme un artiste élégant. On fait une analogie entre les dix ans passés comme chef de l'Etat et un music-hall. Les catégories que nous y identifions comme représentées sont au nombre de deux : « belle apparence / élégant » et aussi « faire un spectacle de la politique ».

Nous présentons ci-dessous le Tableau 5.7., avec les dimensions, sous-dimensions et catégories de traits de caractère selon la classification que nous venons de présenter.

COMPÉTENCE
FORMATION ET INTELLIGENCE
Traits positifs : expérimenté, intelligent, possédant des connaissances, habile, adroit, astucieux, lucide, inventif, capable.
Traits négatifs : inexpérimenté, inintelligent, ignorant, maladroit, candide, naïf, peu lucide, peu inventif, incapable.
EFFICACITÉ
Traits positifs : efficace, opérant, économe, travailleur, gagnant.
Traits négatifs : inefficace, inopérant, gaspilleur, paresseux, perdant, défaitiste.
INTÉGRITÉ
MODESTIE
Traits positifs : modeste, humble.
Traits négatifs : vaniteux, ambitieux.
MORALE
Traits positifs : moral, honnête, intègre.
Traits négatifs : immoral, malhonnête, sans scrupules, corrompu.
SINCERITÉ
Traits positifs : sincère, transparent, loyal.
Traits négatifs : hypocrite, faux, menteur, trompeur, opportuniste, opaque, non transparent, déloyal.

FIABILITÉ
STABILITÉ EMOTIONNELLE ET RATIONALITÉ
Traits positifs : équilibré, stable, réfléchi, consistant, cohérent, logique, rationnel, réaliste, mesuré, souple.
Traits négatifs : déséquilibré, déstabilisé, instable, vindicatif, impulsif, contradictoire, incohérent, ambivalent, irrationnel, utopique, rêveur, éloigné de la réalité, mégalomane, obstiné.
CAPACITÉ DE DÉCISION
Traits positifs : résolu, déterminé, décidé, fort de conviction, confiant en soi.
Traits négatifs : indécis, incertain, influençable, non confiant en soi.
LOYAUTÉ
Traits positifs : fidèle à ses promesses, promettre avec modération, loyal, patriote.
Traits négatifs : infidèle à ses promesses, promettre démesurément, déloyal, non patriote.
RESPONSABILITÉ
Traits positifs : responsable, sérieux.
Traits négatifs : irresponsable, frivole.
CHARISME ET EMPATHIE
ATTRIBUTS PHYSIQUES
Traits positifs : fort, puissant, belle apparence, élégant, dynamique.
Traits négatifs : faible, lent, mauvaise apparence / peu élégant
APTITUDES COMMUNICATIONNELLES
Traits positifs : communicatif, bon orateur, compréhensif, bonne écoute, diplomate, convaincant, être discret.
Traits négatifs : non communicatif, mauvais orateur, non compréhensif, mauvaise écoute, non diplomate, grossier, cassant, non convaincant, faire un spectacle de la politique.
AUTORITÉ
Traits positifs : démocrate, pourvu d'autorité, ouvert d'esprit, tolérant.
Traits négatifs : autoritaire, despote, dépourvu d'autorité, étroit d'esprit, intolérant.
APTITUDES EMPATHIQUES
Traits positifs : charitable, altruiste, gentil, compatissant, sympathique.
Traits négatifs : égoïste, odieux, insensible, antipathique.
POPULARITÉ
Traits positifs : populaire.
Traits négatifs : impopulaire.

Tableau 5.7. Totalité des dimensions, sous-dimensions et catégories d'analyse utilisées pour l'étude des traits de caractère associés aux personnages politiques choisis.

Il y a quelques rares cas de titres et images analysées où la disqualification du personnage Chirac est totale et ne peut pas être classifiée selon les dimensions et catégories élaborées. Nous avons alors privilégié la catégorie négative au détriment des traits de caractère, en marquant une occurrence dans toutes les catégories négatives des sous-dimensions considérées.

Pour la plupart des analyses réalisées qui considèrent les traits de caractère, chaque catégorie devient une variable, avec trois modalités : trait négatif, trait positif, non repértoriable. Ainsi, pour le cas de la variable « Stabilité émotionnelle et rationalité », nous choisissons la première modalité si ces traits sont présents sous la forme négatif, la deuxième s'ils sont présents sous la forme positive, ou bien la troisième modalité si ces groupes de traits ne sont pas présents dans le titre ou l'image considéré.

Lors des analyses statistiques globales appliquées aux titres et images (sections 7.5. et 8.5.), la macro-dimension sur les traits de caractère a été transformée en deux variables seulement afin de simplifier le nombre total de variables considérées : une variable pour les

traits négatifs, une autre pour les traits positifs. Elles ont été construites en prenant en considération les occurrences et le nombre de combinaisons entre les catégories appartenant à la même sous-dimension ou à des sous-dimensions différentes. Les catégories qui avaient une fréquence d'apparition trop basse ont été regroupées avec d'autres catégories ou bien elles n'ont pas été considérées pour la formulation de la variable.

Pour le cas des titres, la variable sur les traits négatifs comprend treize modalités : les neuf premières correspondent à une seule catégorie de traits –qui peut regrouper, rappelons-le, plusieurs attributs ou traits-, les trois suivantes à des combinaisons des catégories, et la dernière, à l'absence de traits. Les voici :

- Renvoie seulement à Efficacité et intelligence
- Renvoie seulement à Morale
- Renvoie seulement à Sincérité
- Renvoie seulement à Stabilité émotionnelle et capacité de décision
- Renvoie seulement à Loyauté
- Renvoie seulement à Aptitudes communicationnelles
- Renvoie seulement à Autorité
- Renvoie seulement à Popularité
- Renvoie à Morale et Sincérité
- Renvoie à Efficacité et intelligence et Popularité seuls ou avec un autre trait négatif
- Renvoie à Sincérité et Stabilité émotionnelle et capacité de décision seuls ou avec un autre trait négatif
- Renvoie à d'autres combinaisons doubles, triples ou quadruples
- Ne renvoie à aucun trait négatif (absent)

Etant donné la faible fréquence d'apparition des catégories de traits, la variable sur les traits positifs ne comprend que quatre modalités :

- Renvoie seulement à Stabilité émotionnelle et capacité de décision
- Renvoie seulement à Autorité
- Renvoie à d'autre/s trait/s positif/s
- Ne renvoie à aucun trait positif (absent)

Pour le cas des traits de caractère identifiés dans les images, la variable sur les traits négatifs comprend treize modalités : les sept premières correspondent à une seule catégorie de traits –qui peut regrouper plusieurs traits-, les trois suivantes à des combinaisons des catégories, et la dernière, à l'absence de traits. Les voici :

- Renvoie seulement à Efficacité et intelligence
- Renvoie seulement à Morale
- Renvoie seulement à Sincérité
- Renvoie seulement à Stabilité émotionnelle
- Renvoie seulement à Capacité de décision, Loyauté et/ou Responsabilité
- Renvoie seulement à Aptitudes communicationnelles et/ou Aptitudes empathiques
- Renvoie seulement à Autorité et/ou Popularité
- Renvoie à Sincérité avec un autre trait

- Renvoie à Efficacité et intelligence et Popularité seuls ou avec un autre trait négatif
- Renvoie à d'autres combinaisons doubles, triples ou quadruples
- Ne renvoie à aucun trait négatif (absent)

La variable sur les traits positifs comprend cinq modalités, les trois premières regroupent les dimensions d'analyse, à l'exception d'Intégrité dont le seul trait positif est regroupé sous la catégorie d'autre/s trait/s positif/s. La dernière catégorie comprend les cas d'absence de figures. La voici :

- Renvoie seulement à la dimension Compétence
- Renvoie seulement à la dimension Fiabilité
- Renvoie seulement à la dimension Charisme et empathie
- Renvoie à d'autre/s trait/s positif/s
- Ne renvoie à aucun trait positif (absent)

En plus du fait de connaître le type de traits de caractère identifiés dans le personnage, nous avons voulu étudier le nombre de traits identifiés par titre ou image. Cette dimension comprend quatre catégories :

- Un trait de caractère
- Deux traits de caractère
- Trois-cinq traits de caractère
- Aucun trait de caractère (absent)

5.3.4.4 Les rapports construits entre les personnages

Dans les paragraphes qui suivent, nous allons focaliser l'attention sur l'importance de considérer également dans l'analyse les rapports que les hommes politiques entretiennent avec certains groupes sociaux. « Dis-moi qui tu fréquentes, je te dirai qui tu es » assure un proverbe célèbre dans plusieurs langues. Il met en lumière à quel point les rapports sociaux qu'un individu maintient avec d'autres nous donnent d'informations sur sa personne. Nous ajouterons également que ces rapports peuvent influer dans la constitution de son caractère. Cette dimension comporte quatre catégories :

- Rapport de collaboration. Le personnage soutient l'autre acteur dont il est question. Il peut avoir un rapport amical, de confiance ou simplement de convenance entre eux.
- Rapport d'antagonisme. La relation qui prime entre le personnage et l'autre acteur dont il est question est de confrontation. Ils sont des adversaires.
- Rapport neutre
- Absence de rapport

A titre d'exemple, dans la Figure 5.6. (a), le rapport entre J. Chirac et E. Balladur a été codifié comme d'antagonisme, car même s'ils appartiennent au même parti, ils sont devenus des adversaires politiques. La Figure 5.6. (c), en échange, construit un rapport de collaboration entre le Président et le maire Jean Tibéri.

Quand il y a, dans une même image, des acteurs en rapport de collaboration avec J. Chirac et d'autres avec des rapports d'antagonisme, nous avons codifié l'image comme rapport neutre.

Il faut préciser qu'il n'y a pas de dimensions de contenu exclusives aux titres.

5.3.5 Dimensions de contenu exclusives aux images

5.3.5.1 Les goûts et habitudes

C'est une dimension qui sert à construire l'image de l'homme politique, souvent exploitée par des conseillers et experts en communication et marketing politique afin de rapprocher l'individu politique des citoyens, de le rendre plus « humain », c'est-à-dire, de le montrer comme n'importe quelle autre personne. Comme nous l'avons vu dans la section 2.1., la construction médiatique peut différer de l'image planifiée par l'équipe en communication. Les goûts et habitudes d'un personnage politique renvoient plutôt à leur vie privée : le goût pour un sport particulier ou un loisir, la passion pour une activité artistique, le plaisir en matière culinaire, les habitudes de vie, etc. Appliquée à Jacques Chirac, cette dimension comprend quatre catégories :

- La bière, la nourriture, le côté bon vivant ; dire des gros mots ; les matchs de football
- Serrer la main des gens ; les campagnes électorales ; le Salon de l'agriculture
- Faire de l'humour
- Son modèle est Charles de Gaulle

Pour donner un exemple, la Figure 5.8. représente Jacques Chirac dans sa vie privée, comme un amateur de football et de bière. Comme cette dimension comptait avec une trop faible représentation quantitative, nous l'avons exclue des analyses statistiques.

5.3.6 Dimensions de la forme communes aux titres et images

5.3.6.1 Le registre de langue

Il existe plusieurs manières de s'exprimer et de présenter un contenu similaire. Elles varient en fonction du locuteur (son âge, ses niveaux d'études, le groupe social auquel il appartient, le type de message à transmettre, l'image qu'il veut projeter de soi, les circonstances, etc.), de son interlocuteur et du rapport existant entre les deux (intime, proche, hiérarchique). Etudier le registre de langue privilégié par le journal pour s'adresser à ses lecteurs à travers les titres des articles ou d'images ou bien des bulles attribuées aux personnages représentés, offre d'information importante. D'une part, elle offre d'éléments pour analyser le style du journal et le rapport qu'il instaure avec le lectorat et d'autre part, elle contribue à la construction des représentations du personnage.

Pour l'analyse des registres de langue, nous avons suivi la classification traditionnelle, selon laquelle on distingue le registre soutenu, le registre courant, le registre familier, le registre populaire et le registre vulgaire[259]. L'inexistence du registre soutenu nous a menée à

[259] Pour les différencier, nous avons pris comme source, entre autres, le livre de J. Kokelberg. (1993). *Les techniques du style*, Paris : Nathan; et de S. Jollin-Bertocchi. (2003). *Les niveaux de langage*. Paris : Hachette.

l'écarter de l'analyse. Ensuite, de par une trop faible présence des registres populaire et vulgaire, nous avons opté par les présenter ensemble dans une seule catégorie. La dimension concernant le registres de langue est alors constituée par trois catégories : le registre courant, le registre familier, le registre populaire et vulgaire.

Le **registre courant** est utilisé à l'écrit ou à l'oral, quand il existe une distance entre les interlocuteurs : dans des communications professionnelles occasionnelles (entre collègues) ou administratives, dans les échanges oraux avec des services administratifs ou commerciaux, dans des conversations entre adultes relativement cultivés, dans les classes par le professeur, dans les émissions de radio ou télévision informatives, etc. Le langage est correct : vocabulaire précis et judicieux, syntaxe avec une certaine complexité (subordonnées simples, phrases coordonnées). Un exemple de ceci est le titre d'un article publié à la Une le 14 mai 1997 : « Chirac promet de veiller aux droits de l'homme chinois ». Comme des exemples du registre courant entre des personnages représentés dans les images, Alain Juppé dit à Jacques Chirac dans une caricature de Cabu : « Vous avez raison… il faut des signes forts pour symboliser le changement ! » (17/05/1995, p.1) ; dans une caricature de Jean-Pierre Raffarin lors d'une conférence de presse : « Sur la baisse du chômage, mes promesses sont intenables à cause de l'augmentation de l'essence… » (13/04/2005, p.1) .

Le **registre familier** est présent surtout à l'oral, parmi des proches, dans des conversations en famille, entre amis, entre étudiants, etc. Le langage n'est pas correct mais reste admis dans certaines circonstances. Le vocabulaire est limité et familier, la syntaxe est simplifiée et relâchée (phrases courtes ou au contraire, interminables, ellipses, pléonasmes, apocopes, forme interrogative directe, suppression du *ne* à la négation, le pronom *on* à la place de *nous*, etc.). Un exemple est le titre principal à la Une « Enivré par Juppé. Chirac dissout comme une bourrique! » (23/04/1997). Un autre exemple tiré d'une caricature dans laquelle Jacques Chirac est chez lui et s'exclame: « J'vais m'chercher une bière ! » (6/04/2005, p.6).

Le **registre populaire** est employé surtout par le peuple, n'étant guère en usage dans la bourgeoisie (Le Micro Robert), et parmi les adolescents aussi. Il se distingue des autres registres, entre autres, par le choix de mots et par une syntaxe incorrecte (relâchée). La pratique populaire dépend, en général, des principes de l'analogie et de l'économie ; et sert à manifester la subjectivité du locuteur. Les oreilles présentées à la Une « Jospin: de Cintegabelle à Matignon. Chirac: de Sainte-Gamelle à Maxi-gnons! » (4/06/1997) est un cas de registre populaire. Un autre exemple est un proverbe français utilisé par le dessinateur Escaro et dans laquelle Jacques Chirac est représenté ivre : « Blanc sur rouge, rien ne bouge ; rouge sur blanc, tout fout l'camp » (4/06/1997, p.2).

Le **registre vulgaire** est bas et grossier, les mots et expressions étant condamnés par la bienséance. Voici deux exemples : « Essais nucléaires. La réponse des Etats du Pacifique à Chirac. Atomique ta mer! » (titre principal à la Une, 5/07/1995) ; et la pensée de J. Chirac devant un public de jeunes : « Petits cons ! Des cerveaux disponibles pour Coca-Cola mais pas pour l'Europe ! » (20/04/05, p. 2).

Pour l'analyse des images, nous avons incorporé une nouvelle catégorie (absent) qui correspond aux dessins qui n'ont pas de signes linguistiques.

5.3.6.2 Les figures rhétoriques

La macro-dimension d'analyse conformée par les figures rhétoriques que nous avons identifiées dans les titres et les images est d'une grande complexité. Nous avons déjà évoqué dans le chapitre 4, que la communauté de spécialistes n'est pas unanime dans la description de certaines figures ni dans la manière de les classifier. Il faut aussi signaler que compte tenu de l'inépuisable richesse du langage figuré, nous ne prétendons pas rendre compte de manière totale et exhaustive des figures présentes dans nos corpus. Néanmoins, notre propos a été de faire une étude systématique et rigoureuse, avec des définitions autant précises que l'on peut sur les figures rhétoriques et sur les critères à considérer pour leur analyse. Dans les cas où nous hésitions dans l'identification d'une certaine figure, nous avons procédé à des consultations auprès des spécialistes ou d'autres personnes connaisseurs du domaine.

La classification présentée dans le Tableau 4.2. (voir la section 4.4.2.) a été utilisée lors de l'analyse rhétorico-stylistique des titres et des images. Dans une étape ultérieure, nous avons décidé de doubler les quatre groupes de figures rhétoriques originelles en fonction de l'importance qualitative et quantitative des types de figures détectées dans le corpus analysé. Nous avons conservé les figures de mots et de construction comme des groupes séparés. Or, le groupe de figures de sens a été divisé en quatre et celui de pensée en deux. Dans le premier cas, il nous a semblé judicieux de distinguer les métaphores figées et lexicalisées -qui par définition ne présentent pas une activité créative de la part de l'auteur- des autres figures d'association, qui sont représentées dans une grande majorité par des métaphores plus créatives (métaphore filée, métaphore du nom, métaphore du verbe, métaphore *in praesentia*, métaphore *in absentia*). D'autre part, les figures de double sens et de contiguïté étaient par elles-mêmes assez particulières pour conformer deux groupes différenciés. Quant aux figures de pensée, l'ironie et ses variantes constituent des figures très utilisées dans la satire qui ont des caractéristiques très particulières. Nous avons trouvé donc un intérêt à les distinguer des autres figures de pensée, telles que l'allusion, l'hyperbole, la litote ou la substitution. Les huit groupes conformés ont été considérés comme des dimensions (variables) dichotomiques, qui caractérisent la présence ou l'absence de ce groupe de figures dans le titre ou l'image analysée. Voici les huit variables :

- Figures de mots.
- Figures de contiguïté à l'intérieur des figures de sens.
- Métaphores figées et lexicalisées, à l'intérieur du group d'association (Figures de sens).
- D'autres figures d'association.
- Figures de double sens (Figures de sens).
- Figures de construction.
- Ironie et ses variantes, parmi les figures de pensée.
- D'autres figures de pensée.

Comme la classification d'Axelle Beth et Elsa Marpeau était originellement conçue pour le verbal, nous avons fait quelques modifications dans les dimensions correspondant à l'image. Ainsi, nous avons rejeté le groupe des figures de mots et nous avons inclue le symbole parmi le groupe des métaphores figées de par la haute présence qu'il a dans le visuel (afin d'équilibrer un peu les classes pour les traitement statistiques) et de par son caractère conventionnel. D'autre part, compte tenu de la haute présence dans le langage visuel de

l'hyperbole plastique, la synecdoque (une partie pour le tout et vice-versa) ainsi que de la métonymie du signe, elles n'ont pas été considérées dans nos corpus étant donné qu'elles ne contribuaient pas à saisir des nuances d'intérêt pour notre analyse. Dans le cas de l'hyperbole plastique, parce que nous avons vu (Chapitre 3) que la caricature opère à partir de l'exagération et de la déformation de l'objet représenté ; et dans le cas de la synecdoque, parce que c'est une caractéristique habituelle de représenter dans l'image une partie pour rendre compte d'un tout. En ce qui concerne la métonymie du signe, nous avons étendu son acception (voir *supra*) pour inclure toute représentation du gestuel qui cherche à transmettre des sens codifiés au préalable et qui sont partagées au sein d'une culture. C'est le cas, par exemple, de la colère, « matérialisée » à travers les sourcils froncés, ou la surprise, conventionnellement représentée à travers la bouche ouverte.

Nous avons comptabilisé une seule fois la présence des figures appartenant à chaque groupe dans un titre ou une image, même en cas de répétition d'une même figure ou d'identification de deux figures du même groupe. Afin de prendre en considération ces deux cas (répétition d'une même figure ou présence de deux figures du même groupe dans un seul titre ou image), nous avons élaboré une variable quantitative, la seule de tout notre système de dimensions. Si dans un titre nous identifions une figure de construction et deux métaphores *in absentia*, nous comptabilisons trois figures et non deux comme ce serait le cas si nous nous limitions à signaler s'il y a ou non tel groupe de figures, selon la classification présentée plus haut. Cette dimension est conformée par sept catégories :

- Une seule figure a été détectée
- Deux figures ont été détectées
- « … »
- Sept figures ont été détectées

Une dernière dimension considère le nombre de combinaisons de figures par titre ou image. Elle est une variable catégorique et comprend quatre catégories :

- Une seule figure a été détectée
- Deux types de figures ont été détectés
- Trois ou plus de trois types de figures ont été détectés
- Il n'y a aucune figure détectée

Comme pour les traits de caractère, lors des analyses statistiques globales appliquées aux titres et images (sections 7.5. et 8.5.), l'ensemble de dimensions sur les types de figures rhétoriques différentes ont été transformées en une seule variable afin de simplifier le nombre total de variables considérées dans l'analyse. Elle a été construite en prenant en considération les occurrences et le nombre de combinaisons entre les catégories appartenant à la même dimension ou à des dimensions différentes. Certains groupes de figures (figures de mots et de double sens, figures de contiguïté et métaphores figées et lexicalisées) ont été unifiés à cause de leur faible fréquence d'apparition.

Pour le cas des titres, cette variable comprend treize modalités : les cinq premières correspondent à un ou deux groupes de figures qui ont été unifiées à cause de leur faible fréquence d'apparition, les six suivantes correspondent à des combinaisons doubles des figures non unifiées, celle d'après à la combinaison triple ou plus de figures non unifiées, et la dernière, à l'absence de figures. Les voici :

- On n’a détecté que des figures de mots et/ou de double sens
- On n’a détecté que des figures de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées
- On n’a détecté que d’autres figures d’association
- On n’a détecté que des figures de construction
- On n’a détecté que des figures de pensée
- On a détecté une combinaison double de figures de mots et/ou de double sens et figures de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées
- On a détecté une combinaison double de figures de mots et/ou de double sens et figures de construction
- On a détecté une combinaison double de figures de mots et/ou de double sens et de figures de pensée
- On a détecté une combinaison double de figures de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées et figures de pensée
- On a détecté une combinaison double de figures de construction et figures de pensée
- On a détecté d’autres combinaisons doubles
- On a détecté une combinaison triple ou plus
- On n’a détecté aucune figure (absent)

Pour le cas des images, il y a une variable qui correspond aux figures rhétoriques icono-plastiques, et une autre qui correspond aux figures linguistiques. Toutes les deux sont constituées par huit modalités. En ce qui concerne les figures icono-plastiques, nous avons dû, en premier lieu, regrouper sous une même catégorie, certains groupes de figures qui présentaient une faible fréquence d’apparition. Nous avons ensuite crée des catégories qui se centrent sur les combinaisons des figures. Voici la variable créée :

- On n’a détecté que des figures de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées et symboles
- On n’a détecté que d’autres figures d’association et/ou de double sens
- On n’a détecté que des figures de construction
- On n’a détecté que des figures de pensée
- On a détecté des combinaisons doubles entre figures de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées et symboles et d’autres figures d’association et/ou de double sens
- On a détecté des combinaisons doubles entre d’autres figures d’association et/ou de double sens et des figures de pensée
- On a détecté d’autres combinaisons doubles, des combinaisons triples et quadruples
- On n’a détecté aucune figure (absent)

Quant aux figures linguistiques, la variable comprend :

- On n’a détecté que des figures de mots et/ou de double sens
- On n’a détecté que des figures de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées
- On n’a détecté que d’autres figures d’association
- On n’a détecté que des figures de construction
- On n’a détecté que des figures de pensée
- On a détecté des combinaisons doubles
- On a détecté des combinaisons triples

- On n'a détecté aucune figure (absent)

5.3.6.3 Les références culturelles

Les renvois permanents que les journaux satiriques font à des références culturelles non directement liées aux sujets politiques abordés exigent du lecteur des compétences dans le domaine culturel. La non-connaissance d'une référence quelconque entraînera la compréhension partielle ou directement l'incompréhension absolue du message. Au contraire, la reconnaissance d'une référence fonctionne comme un clin d'œil et contribue d'une manière considérable dans la construction d'un rapport de complicité et de connivence entre le journal et le lecteur. Nous avons alors jugé intéressant d'analyser la place consacrée aux références culturelles étrangères à l'univers de l'événement dont il est question, dans les pages du CE et de S/12. Nous nous attacherons à définir les types de références, classifiées dans des groupes thématiques, selon l'échelle et la manière dont ces références sont actualisées et en fonction du type de savoir mobilisé.

Les renvois à un bagage culturel peuvent être plus ou moins universels et donc plus ou moins facilement reconnus par le lecteur. Les personnes étant capables d'identifier le personnage Astérix se trouvent au-delà des frontières françaises. Mais celles qui sont en état de comprendre l'allusion à l'Appel de Cochin de Jacques Chirac seront sans doute beaucoup moins nombreuses. Plus les renvois sont érudits, plus restreinte sera donc la communauté capable de les repérer et de comprendre le sens mobilisé. Dans les discours humoristiques et satiriques, il est monnaie courante de faire des références à un bagage culturel que le lecteur est censé partager avec l'auteur, et qui servent à instaurer un lien de connivence entre les deux parties. Ces références peuvent être directes ou indirectes -dans ce dernier cas on parle d'allusion. Découvrir une allusion et par ce fait, le sens sous-jacent d'un texte verbal ou visuel, procure du plaisir au récepteur, plaisir qui sera d'autant plus fort que la référence est moins évidente.

L'étude des références culturelles est très complexe car il est très difficile de déterminer ce qui est digne d'être considéré dans l'analyse et ce qui mérite d'être considéré comme appartenant à l'ensemble de connaissances basiques dont on ne se pose pas question, les sous-entendus. Nous avons donc établi des critères d'analyse clairement définis, qui correspondent avec le profil du lecteur du journal que nous étudions (voir la section 3.3.6.) Dans le cas du CE, un hebdomadaire qui consacre la plupart de ses pages à la politique, nous considérons le lecteur comme un bon connaisseur de l'actualité politique. C'est la raison pour laquelle les références à la politique actuelle (hommes et femmes politiques -qu'ils soient français ou étrangers-, et événements politiques) seront exclues de notre analyse. Nous ferons de même pour les références permanentes comme le nom des institutions politiques, qui seront considérées comme métonymies de lieu, et les partis politiques[260].

Les expressions familières et figées ne seront pas considérées comme des références culturelles quand elles véhiculent des métaphores figées : elles seront dans ce cas classées dans la dimension concernant les figures rhétoriques. Au contraire, quand elles ne véhiculent pas de métaphores figées, nous considérons que la familiarité que ces expressions évoquent chez le lecteur est un facteur permettant d'établir un rapport de connivence. Elles sont jugées

[260] Nous avons procédé de la même façon pour le cas de S/12.

comme dignes d'intérêt et seront donc prises en compte dans l'analyse. D'autre part, nous nous positionnons en tant que lectrice du journal à l'époque où il est publié. C'est-à-dire que pour l'analyse de la période 2005, nous considérerons comme référence culturelle une référence politique de 1997.

La macro-dimension sur les références culturelles comprend quatre dimensions : le thème, l'échelle, le mode dont ces références sont actualisées et le type de savoir mobilisé. Cette macro-dimension est présente dans le système d'analyse des titres, et pour le cas de l'image, autant dans les signes linguistiques que les signes icono-plastiques car il peut y avoir des références au niveau verbal et visuel.

La **dimension thématique** comprend sept catégories :

- Art et philosophie (livres et littérature, peinture, sculpture, musique, ouvrages philosophiques ou de disciplines proches)
- Géographie, histoire, politique et approche institutionnelle (endroits, événements/personnages historiques ou politiques, institutions et organisations, entreprises et leurs produits/services distinctifs, monde du travail, normes économiques)
- Jeux et sports (jeux de cartes, de société, d'autres divertissements, sports, personnages ou équipes sportifs)
- Médias (produits provenant de la télévision, la radio, la presse, l'Internet, le cinéma, la bande dessinée, le dessin animé, la caricature, la photographie, personnages issus du monde des médias)
- Langage (proverbes et expressions figées ou familières)
- Symboles, traditions, religions (symboles : insignes, emblèmes qui servent à marquer l'appartenance à un groupe social donné ; traditions, célébrations, événements sociaux et culturels ; religions et personnages religieux).

La dimension relative à l'**échelle** est constituée de quatre catégories :

- Références à la culture française
- Références à la culture européenne : l'Europe, et surtout l'Union Européenne, agit comme un grand bloc avec des intérêts communs dans plusieurs domaines : politiques, économiques, éducatifs, scientifiques, etc. Ceci contribue à la construction d'une identité européenne, avec énormément de nuances bien évidemment, mais qui se différencie d'autres cultures du monde.
- Références à des cultures non européennes
- Références à la culture universelle : il s'agit de connaissances qui dépassent les frontières des pays et acquièrent une étendue globale.

La dimension qui s'intéresse à la **manière** d'actualiser les références culturelles comprend deux catégories : le mode direct (explicite) ou indirect (implicite). La dimension liée au **type de savoir mobilisé**, enfin, est composée de deux catégories également : le savoir populaire et le savoir cultivé et spécialisé. Pour déterminer le « degré d'érudition » d'un savoir mobilisé, nous prenons en considération les canaux par lesquels ce savoir circule. S'il est connu d'un large public grâce à la diffusion des médias de masse ou à la transmission orale –la peinture *Monalisa* de Leonardo Da Vinci, un film hollywoodien ou une chanson

populaire pour ne citer que trois exemples-, on considère que ce savoir est partagé par une bonne partie de la communauté. Il s'agit donc d'un savoir largement répandu, un savoir qui peut être classé comme populaire. Par contre, si le savoir circule à travers des canaux plus limités, comme l'allusion à un tableau d'un peintre espagnol, la communauté étant capable de reconnaître cette allusion sera plus restreinte. Et elle le sera d'autant plus si l'on passe d'une référence à une peinture de Picasso ou à celle d'un auteur moins connu comme Murillo. Dans ces deux cas on parlera d'un savoir cultivé. Il y a un autre type de savoir que l'on peut nommer spécialisé, qui requiert l'approfondissement de connaissances dans un domaine particulier.

Il faut concevoir le champ de connaissance, le savoir, comme un *continuum*, c'est-à-dire que les limites présentes entre les types de savoir sont floues. En dépit de cette difficulté, nous avons tenu toute de même à classer les références selon les catégories mentionnées avec une intention analytique.

A titre d'exemple, nous présenterons quelques titres et images qui font référence au bagage culturel du lecteur. Nous classifierons ces références selon les catégories proposées. Le titre « Face à l'invasion du textile chinois. Chirac en slip et Raffarin en maillot faible ! » (titre principal de la Une du 27/04/2005) fait allusion à l'émission de TV *Le maillon faible*. C'est une référence médiatique, française, indirecte et le savoir actualisé est populaire. Le titre « Match Chirac-Jospin par voie de presse: Lettres... et le néant », pour sa part, fait référence à l'ouvrage *L'Etre et le Néant* de Jean-Paul Sartre. La référence culturelle appartient au domaine artistique et philosophique ; elle est française, indirecte et active un savoir cultivé ou spécialisé (14/05/1997, p. 1). Le dernier titre que nous donnerons comme exemple, « *Le oui ou le nô ?* », joue avec le *oui* et le *non* du référendum de 2005. Le nô est une référence à un genre traditionnel de théâtre japonais. Il s'agit donc d'une référence artistique, non européenne, directe, et elle actualise un savoir cultivé ou spécialisé (11/05/05, p. 5).

Comme exemples des références culturelles actualisées dans des images, le titre de la Figure 5.9. (a) fait référence explicite à l'ouvrage de Montaigne, *Les Essais*. Il s'agit d'une référence philosophique française, directe, et elle mobilise un savoir cultivé ou spécialisé. Dans la Figure 5.9. (b), le verbal et le visuel interagissent pour faire allusion au Pape Jean-Paul II. Le personnage est évoqué par moyen d'une analogie. La référence est religieuse, universelle, indirecte et actualise un savoir populaire. Le troisième exemple [Figure 5.9. (c)] est également un cas d'allusion à partir du verbal et du visuel : le Service d'Objets Trouvés de la RATP. La référence est institutionnelle (il s'agit d'une entreprise), française, indirecte et actualise un savoir populaire.

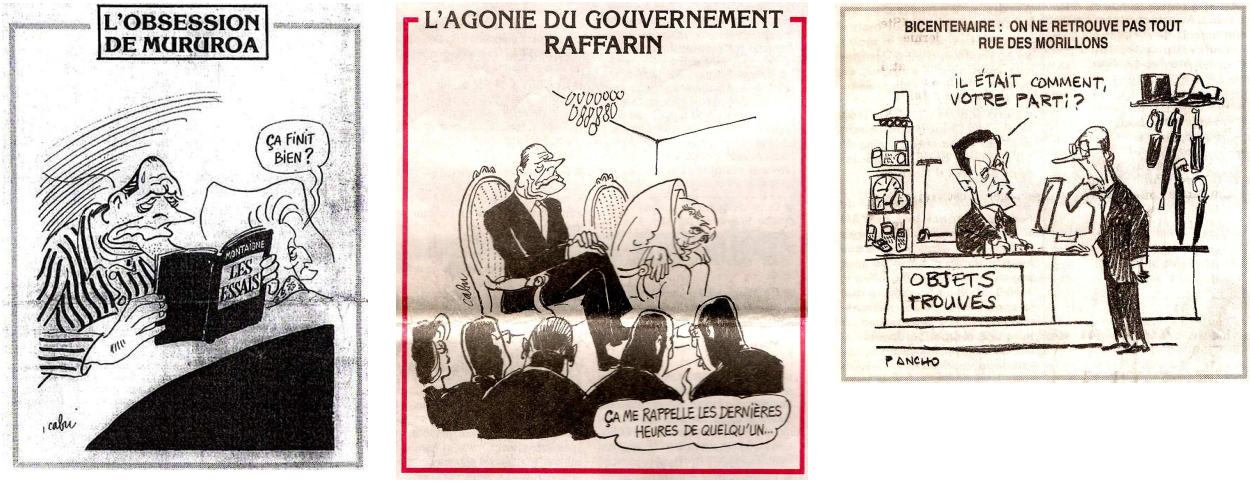


Figure 5.9. (a) A gauche, Cabu, 5/07/1995, p. 1. **(b)** Au milieu, Cabu, 20/04/05, p. 1. **(c)** A droite, Pancho, p. 6. 18/05/05.

Il faut préciser que comme il y a eu seulement sept cas sur 234 titres et 405 images dans lesquels nous avons identifié plus d'une référence pour un même titre ou une même image, il n'était pas pertinent de créer une nouvelle catégorie pour ces cas. Nous avons alors considéré un seul cas par titre et image en choisissant celui qui était le moins habituel par rapport au nombre total de fréquences obtenues pour chaque dimension.

Pour le cas des références culturelles identifiées dans les images, nous avons relevé les références aussi bien visuelles qu'écrites. Compte tenu du faible nombre des premières, nous avons décidé de regrouper les deux dans une seule variable pour l'analyse statistique globale. Nous avons alors construit une nouvelle variable pour identifier le *type de référence* présente dans une image (icono-plastique, linguistique et mixte). En plus, pour les dimensions de thème, échelle, mode et type de savoir, nous avons ajouté une modalité mixte, qui correspond aux cas où les références icono-plastique et linguistique relevées dans une même image, présentent des thèmes, échelle, mode et type de savoir différents.

Il faut préciser qu'il n'y a pas de dimensions de forme exclusives aux titres.

5.3.7 Dimensions de la forme exclusives aux images

La macro-dimension qui fait référence à la représentation visuelle du personnage est constituée de huit dimensions qui ne font donc référence qu'à Jacques Chirac : ses actions, gestes, activités, la posture de son corps, les expressions faciales de ses émotions, sa prise de parole, ses vêtements et sa proxémique. Ensuite, nous aborderons deux autres dimensions : la position énonciative du personnage et le décor.

5.3.7.1 Les actions

Nous appliquerons la conception de voix active et passive des règles grammaticales aux actions du personnage. Nous distinguerons s'il intervient comme un :

- Agent actif : le personnage accomplit une action. Il participe de manière directe et avec volonté à sa réalisation. Exemple : le personnage parle, court, etc.
- Agent passif : on fait subir une action au personnage. Il ne participe pas de manière directe mais est conduit dans la réalisation de cette action. Exemple : le personnage est

représenté comme une marionnette qui est conduite par des ficelles. On considère également comme passif le personnage qui est représenté dans une image à l'intérieur de la caricature ou de la bande dessinée (mise en abîme). Le personnage est passif aussi s'il est assis ou allongé sans rien faire.

5.3.7.2 Les gestes

Une partie des gestes seront classés comme *formels* (par exemple, se tenir droit et marcher) ou *informels* (appuyer sa main sur un meuble, tenir ses mains dans les poches, appuyer ses mains sur ses hanches, etc.). Pour définir si un geste est formel ou informel, nous regardons s'il s'écarte des normes de formalité partagées dans un groupe donné en nous guidant par le contexte dans lequel le personnage est représenté.

5.3.7.3 Les activités réalisées

Elle est constituée des catégories suivantes :

- Jouer (un jeu ou un rôle fictif)
- Travailler : cette catégorie est prise dans un sens large. Nous considérons que le personnage travaille non seulement quand il est assis dans son bureau et parle avec ses conseillers, mais aussi quand il réfléchit à quelque chose liée à son travail ou quand il parle sur son travail.
- S'entretenir/s'informer (consommation des médias)
- Se reposer/Manger

5.3.7.4 La posture du corps

Elle comprend les catégories qui suivent :

- Actions énergiques : marcher, courir, voler (air), nager, être en train de tomber, escalader, etc.
- Etre debout
- Etre assis ou allongé

5.3.7.5 Les expressions faciales des émotions

Elles sont classifiées selon le sens qu'ils véhiculent dans une société donnée:

- Etre sérieux
- Avoir l'air triste ou déçu
- Etre surpris
- Sourire
- Ne pas être à l'aise/être inquiet/avoir peur
- Etre crispé ou fâché

Comme les *strips* sont composés de plusieurs vignettes et que la plupart des dimensions sont exclusives, nous devrons comptabiliser une seule catégorie par dimension. Quand il y a plus d'une expression dans une image, par exemple, c'est la plus fréquente qui l'emporte. Ainsi, si le personnage apparaît surpris dans deux vignettes et sérieux dans une troisième, c'est la première expression qui sera marquée. Si les expressions sont présentes en

même nombre dans l'image, c'est la plus rare dans l'ensemble d'images qui l'emporte. Ce même critère s'applique pour toutes les modalités liées à la représentation visuelle du personnage.

5.3.7.6 La prise de parole

Pour cette dimension nous prenons en considération les bulles attribuées aux personnages. S'il y a une seule bulle qui est adressée au personnage, on considère qu'il parle ou réfléchit. S'il y a des bulles qui s'adressent à d'autres personnages en plus de J. Chirac, on considère que c'est un dialogue. S'il n'y a aucune bulle attribuée à J. Chirac, on considère qu'il écoute. Pour différencier s'il parle ou pense, nous prenons en compte les caractéristiques de la bulle. Il a été accordé parmi les dessinateurs de différents pays du monde, de dessiner une bulle semblable à un nuage quand on veut signifier de la réflexion. Cette dimension est composée des catégories suivantes :

- Parler / Crier
- Dialoguer
- Écouter
- Réfléchir/penser

5.3.7.7 La proxémique

Alors que les autres dimensions prennent en considération les actions, gestes et expressions du personnage constituant notre objet d'étude, celle-ci analyse le rapport du personnage avec les autres individus représentés avec lui. Il est question ici de la proxémique, c'est-à-dire, la relation spatiale existant entre eux, qui donne des indices sur la prédisposition à la proximité ou à la distanciation comme signal de sympathie ou d'antipathie. Après une étude exploratoire sur la pertinence de cette catégorie, nous considérons plus judicieux de limiter notre étude au contact physique entre les individus, en différenciant si le personnage est ou non en contact avec quelqu'un.

5.3.7.8 Les vêtements

Considérer les vêtements avec lesquels un personnage est représenté est un élément très significatif dans le processus de production du sens. Il est souvent chargé de connotations partagées par un certain groupe social. Par exemple, si un homme politique est dessiné comme un clown, on l'associe à quelqu'un qui manque de sérieux, qui fait un spectacle de la politique. D'autre part, les vêtements peuvent nous aider dans l'identification du statut social des personnes. Les uniformes nous parlent de l'occupation de ceux qui les portent et peuvent servir à représenter, par métonymie, l'ensemble d'une collectivité. Cette dimension comprend les catégories qui suivent :

- Tenues formelles de travail : celles prévisibles pour un homme politique : costume, chemise, cravate, manteau.
- Tenues informelles : manches de chemise retroussées, noeud de cravate lâche, pyjama, pantoufles, serviette autour du cou, T-shirt et pantalon sportif, maillot de bain, torse nu.

- Tenues fantaisistes/fictives : elles peuvent être complètement fantaisistes, comme celles d'un super héros ; anachroniques comme une toge romaine ; ou bien elles peuvent être fictives car elles ne correspondent pas à l'occupation du personnage ni aux activités qu'il pourrait exercer. Dans ce dernier cas, le fait de présenter le Président comme un joueur de rugby, un boxeur ou un cycliste est considéré comme fictif car il n'est pas connu pour pratiquer ces sports (les circonstances dans lesquelles il est représenté de cette façon sont aussi fictives). Les tenues militaires, dont l'uniforme de de Gaulle, sont aussi considérées comme fictives. Elles peuvent être chargées de fortes connotations : l'autorité, le fait de donner d'ordres et de diriger. Dans le cas de l'uniforme de de Gaulle, on veut signifier que ce dernier constitue le modèle de Jacques Chirac.

Nous présenterons des exemples pour toutes les dimensions que nous venons de décrire. Ainsi, dans la Figure 5.8. (a) Jacques Chirac est actif, ses gestes sont informels, il joue un rôle fictif, il est débout et souriant, il parle, il n'est en contact avec personne, et ses vêtements sont fictifs. Dans la Figure 5.8. (b), il est actif, ses gestes sont formels, il travaille, il est débout, il est triste, il dialogue, il n'est pas en contact avec son conseiller Jacques Pilhan, et ses vêtements sont formels. La Figure 5.9. (a), pour sa part, présente J. Chirac actif, avec des gestes formels, en travaillant, assis et plutôt sérieux. Il parle, il n'est en contact avec personne, et ses tenues sont de travail. La Figure 5.9. (b), enfin, montre le personnage actif, avec des gestes informels, en train de prendre le petit déjeuner, assis et sérieux. Il dialogue, il n'est pas en contact avec sa femme, et ses tenues sont informelles puisque la cravate est lâche et sa chemise retroussée.

Figure 5.10. (a) A gauche, Cabu, 30/04/1997, p.1. **(b)** A droite, Pétillon, 21/05/1997, p. 2.

Figure 5.11. (a) A gauche, Lefred-Thouron, 28/05/1997, p. 1. **(b)** A droite, Lefred-Thouron, 10/06/05, p.6.

5.3.7.9 La position énonciative

Cette dimension est consacrée à préciser les types de phrases attribuées au personnage Chirac dans une caricature politique ou un *strip*, qu'elles soient proférées par lui ou qu'elles fassent partie de sa pensée. Elles seront considérées, dans le cadre de la théorie de l'énonciation, comme un élément qui caractérise la relation interpersonnelle entres les protagonistes d'une communication (voir section 4.5.1.). Une phrase ne peut avoir qu'une seule modalité d'énonciation : déclarative, interrogative, impérative ou exclamative. Ainsi, nous distinguerons si le personnage:

- donne un ordre (phrase impérative). Exemple : J. Chirac à des jeunes : « N'ayez pas peur… du mouton noir ! » (exemple également valable pour une phrase exclamative ; caricature, 20/04/05, p.4).
- pose une question (phrase interrogative). Exemple : J. Chirac pense : « Le dernier Togo à Paris ? » (caricature, 27/04/05, p.4).
- affirme ou nie quelque chose (phrase déclarative). Exemple : J. Chirac réfléchit : « Fumée noire, c'est Jospin… Fumée blanche, c'est Séguin… » (caricature, 28/05/97, p.1).
- s'exclame sur quelque chose (phrase exclamative). Exemple : J. Chirac à ses conseillers/assistants : « Il faut trouver des promesses que je n'aurais pas encore faites ! » (caricature, 23/04/1997, p.1).
- une cinquième variable sera pour les cas qui ne peuvent être appliqués à aucune des modalités précédentes : absent.

La condition indispensable pour classifier une phrase comme interrogative ou exclamative est le fait qu'il y ait un point d'interrogation ou d'exclamation[261]. Lorsque dans une même bulle à l'intérieur d'une vignette on trouve des phrases de divers types, nous appliquerons le même critère précisé pour la macro-dimension sur la représentation visuelle du personnage.

[261] Les interrogations indirectes seront classifiées comme assertives.

5.3.7.10 Le décor

Contrairement aux dimensions que nous venons de présenter qui ne faisaient référence qu'au personnage Chirac, nous considérons ici le décor de toutes les images, y compris celles où le Président n'est pas représenté.

- Salle à l'Elysée, bureau présidentiel, salle de travail, devant façade ou jardins de l'Elysée : lieu spécifique de travail, identifié par des objets tels qu'un bureau, des fauteuils, des papiers et stylos ; ou bien des endroits liés à l'exercice du pouvoir du Président à l'intérieur du Palais présidentiel.
- Plateau télévision, radio, salle de conférence : des objets tels que des microphones, des caméras, des pupitres, ou la reconnaissance de certains journalistes rendent possible l'identification du décor.
- Maison, lieu de vacances : le personnage est représenté dans son intimité, dans la salle de séjour face à la télévision, dans sa chambre, dans la salle à manger.
- Contexte fictif : mêmes critères que pour les tenues fantaisistes/fictives (voir *supra*). Le Président est inséré dans un contexte qui ne lui est pas propre. Le contexte est souvent lié aux vêtements qu'il porte. Par exemple, un terrain de rugby est interprété comme contexte fictif en prenant en considération le fait que le personnage est habillé comme un joueur de rugby. D'autres exemples : l'espace, un temple romain, un ring de combat, un cirque.
- Air libre
- Autre contexte : le tombeau de de Gaulle, une église, un bar, une bibliothèque, chez quelqu'un, un avion, un hôpital.

Le lecteur aura remarqué que quelques objets représentés dans les images ont été pris en considération pour déterminer le contexte dessiné. Même si nous n'en avons pas fait un relevé quantitatif –ils étaient trop nombreux et diversifiés-, ils ont contribué à la lecture qualitative des images. En effet, il nous a semblé plus convenable de faire des commentaires interprétatifs de certains d'entre eux dans des sections spécifiques de la thèse que de faire une quantification qui ne ferait pas un apport intéressant pour l'analyse. Il faut également dire que l'ensemble des dimensions qui correspondent à la macro-dimension sur la représentation visuelle du personnage, la dimension sur sa position énonciative ainsi que le décor, présentent deux autres catégories en plus de celles qui ont été spécifiées :

- Non répertoriable : pour les cas qui ne peuvent pas être classés dans les catégories définies dans chaque dimension.
- Absent: le personnage n'est pas dessiné (pour le décor, il signifie absence de décor).

A titre d'exemple, la Figure 5.10. (a) représente à Jacques Chirac dans un contexte fictif, un ring de combat ; dans la Figure 5.10. (b), le décor n'est pas dessiné ; la Figure 5.11. (a) dessine les personnages dans une salle de travail ; et la Figure 5.11. (b) présente J. Chirac chez lui.

Nous présentons dans les annexes (section 4.2.) deux tableaux qui correspondent au système de dimensions d'analyse utilisé pour l'étude des titres et des images de nos corpus. Chaque tableau présente le nom de la dimension, de la variable, de la modalité, l'étiquette

utilisée pour les procédures statistiques et la fréquence absolue que nous avons comptabilisée pour chaque catégorie dans le corpus de référence.

5.4 Les membres des journaux comme objet d'étude

Les méthodes que nous décrirons dans cette section s'appliquent à l'objet d'étude constitué par ceux qui élaborent les deux journaux analysés. Nous avons effectué des entretiens semi-directifs et une observation participante.

5.4.1 Entretiens semi-directifs

Avec l'intention d'enrichir notre approche du traitement de la figure présidentielle dans la presse satirique, nous avons décidé de faire des entretiens auprès des journalistes, dessinateurs et rédacteurs en chef des hebdomadaires étudiés. Ces entretiens ne prétendent pas être représentatifs de la totalité des membres du CE et de S/12 et ils restent secondaires par rapport aux objectifs principaux de notre étude. Pourtant, les données obtenues ont été très utiles dans diverses parties de la thèse. Elles ont servi, en gros, à nourrir les réflexions autour de la satire, l'humour et la caricature politique ; décrire les deux journaux ; comprendre leur structure interne et la façon dont leurs membres travaillent ; et vérifier aussi certains résultats de nos analyses.

Nous avons élaboré deux guides d'entretien, l'un pour les journalistes –y compris les rédacteurs en chef- et l'autre pour les dessinateurs, quoique plusieurs des questions élaborées soient présentes dans tous les deux. Les guides d'entretien sont semi-directifs avec des questions ouvertes. Ils ont été regroupés selon quatre axes, à partir d'une logique qui va du général au particulier : la vision de l'interviewé sur la satire politique et la caricature politique et le rapport de ces dernières avec la représentation de la figure présidentielle ; la vision de l'auteur satirique du CE ou de S/12; son mode de travail avec le journal ; et enfin, la vision que le journaliste ou dessinateur porte sur ses propres œuvres. Ces axes mettent en évidence la diversité des thèmes abordés, une ouverture réfléchie visant à connaître l'avis du producteur des messages satiriques dans des aspects aussi généraux -mais qui servent de cadre à son travail- qu'à des aspects directement liés avec son activité quotidienne.

5.4.1.1 Objectifs des guides d'entretien

Nous détaillons, par la suite, les objectifs des guides d'entretien conçus pour le corpus de référence. Ils ont été les mêmes pour le corpus d'application. Il vaut la peine de préciser que même s'ils sont présentés ensemble, plusieurs d'entre eux ne s'appliquent pas aux deux guides. Le lecteur pourra consulter ces derniers dans les annexes (section 4.5.).

<u>En ce qui concerne la vision sur la satire politique, la caricature politique et leur rapport avec la représentation de la figure présidentielle :</u>

- Connaître la vision que l'auteur interviewé a de la satire politique et de la caricature politique dans la vie actuelle : leur rôle et leur place dans la société

- Enquêter sur la conception que l'auteur a de la caricature politique/ de l'article satirique
- Enquêter sur la conception de la figure présidentielle et sur le besoin ou non de fixer certaines limites dans sa représentation

En ce qui concerne la vision sur *Le Canard enchaîné* :

- Connaître l'avis que l'auteur porte sur le CE : ses avantages et désavantages
- Apprendre sur le degré d'attachement du dessinateur ou journaliste envers le journal
- Enquêter sur la mission que l'interviewé identifie comme propre du CE
- Enquêter sur l'effet que le journal suscite dans la communauté, aux yeux de l'interviewé
- Enquêter sur les raisons qui mènent au CE à se servir de l'humour
- Enquêter sur les sujets que le journal préfère ne pas aborder dans ses pages
- Connaître l'opinion de l'auteur sur ce choix éditorial
- Identifier le profil du lecteur du CE

Mode de travail avec *Le Canard enchaîné*

- Apprendre sur le mécanisme de fonctionnement du CE afin de :
- Savoir quel est le degré de liberté dont dispose chaque dessinateur et journaliste du journal
- Détecter s'il y a une influence quelconque de la part du journal et/ou des collègues dans la représentation visuelle des personnages crées par les dessinateurs
- Enquêter sur le degré de cohérence dans la vision que les journalistes et dessinateurs ont de la ligne à suivre dans le journal ainsi que de leur travail et de la façon de le faire

Vision sur les œuvres des auteurs satiriques

- Enquêter sur la conception que le dessinateur ou le journaliste a de ses œuvres, et pour le cas du dessinateur, du personnage Chirac qu'il a créé
- Connaître le type de formation que le dessinateur a eu dans le domaine de la satire et de l'humour
- Enquêter pour savoir si la représentation que le dessinateur fait de Jacques Chirac a été influencée par d'autres médias
- Élucider des doutes spécifiques sur la représentation visuelle que les dessinateurs font du personnage Chirac, issus de l'analyse sémio-linguistique et rhétorico-stylistique

5.4.1.2 Les personnes interviewées

Nous avons interviewé six journalistes du CE, dont l'administrateur, Nicolas Brimo, et les deux rédacteurs en chef, Erik Emptaz et Claude Angeli. Les autres trois personnes interviewées sont : Jean-Yves Viollier, l'un des éditeurs du CE ; Hervé Liffran, l'un des journalistes qui a mené des enquêtes autour des affaires qui touchaient Jacques Chirac ; et Jacques Lamalle, ancien journaliste et secrétaire général, à la retraite depuis l'an 2007, et

directeur de l'ouvrage *Le Canard enchaîné : la Vème République en 2000 dessins*, publié en 2008.

Quant aux dessinateurs, le but initial était d'interviewer ceux qui ont le plus dessiné le personnage Chirac dans notre corpus. Il s'agit de Cabu, Pétillon, Lefred-Thouron, Cardon, Escaro et Kerleroux, dont leurs dessins représentent 84% des images analysées. Néanmoins, il nous a été malheureusement impossible d'établir contact avec Escaro et Cardon, ce qui fait que notre liste de dessinateurs interviewés soit réduite à quatre dessinateurs. Néanmoins, trois d'entre eux sont les plus « cotés » par le journal, publiant environ dix dessins par semaine, et le quatrième travaille au journal depuis 1972.

Pour le cas de S/12, nous avons interviewé le directeur et fondateur du journal, Rudy, et le dessinateur Pati, qui travaille dans le supplément depuis sa création.

5.4.2 Observation participante

Avec l'objectif principal de connaître le fonctionnement interne du corpus de référence–les rôles et l'articulation de différentes sections-, nous avons assisté à un jour de bouclage du CE : le mardi 18 mars 2008 (voir la section 4.7. des annexes). La dynamique de travail de S/12 est différente puisqu'il s'agit du supplément d'un quotidien. Il n'y a pas un jour de bouclage comme celui du CE.

5.5 Récapitulatif

Les approches de nos objets d'étude, constitués par les journaux satiriques de nos corpus, sont progressives. Elles se caractérisent par leur diversité méthodologique et leur perspective intégrative : elles se succèdent les unes aux autres, se complémentant, s'enrichissant, de façon à produire un système cohérent et compréhensif. Le qualitatif – analyse sémiotique et rhétorico-stylistique- s'articule avec le quantitatif, le deuxième complémentant le premier. Les analyses statistiques permettent de travailler avec d'importantes masses d'information et en plus, de prendre en considération une grande quantité de variables de façon simultanée.

Nous avons pris soin de générer un système catégoriel qui incorpore divers éléments qui interviennent dans le processus de production de sens, qu'ils soient linguistiques ou icono-plastiques, avec un souci de rigueur et systématicité.

Les entretiens auprès des journalistes et dessinateurs ont été conçus comme secondaires et complémentaires à l'analyse du CE et de S/12, avec la finalité d'obtenir d'information concrète sur quatre axes : la vision des créateurs des journaux sur la satire et la caricature politique, ainsi que sur la figure présidentielle ; sur les hebdomadaires en question ; sur leur mode de travail au sein des journaux ; et sur leur œuvre. L'observation participante lors d'un jour de bouclage de l'hebdomadaire français a été conçue afin de connaître le fonctionnement du journal de toute première main.

Chapitre 6 :

Cadre contextuel pour la France et l'Argentine

Dans ce chapitre, nous présenterons le cadre socio-politique dans le but de fournir quelques points de repère qui permettent d'avoir une vision globale qui soit utile dans notre démarche. Nous commencerons avec la description des régimes politiques existant en France et en Argentine (section 6.1.). Nous continuerons avec la présentation d'une biographie de Jacques Chirac (6.2.) et du contexte socio-politique des quatre périodes sélectionnées de ses mandats présidentiels (6.3.). Nous poursuivrons ensuite avec la biographie de Carlos Menem (6.4.) et le contexte historique de ses deux mandats présidentiels (6.5.). Nous présenterons un court bilan du chapitre dans la section 6.6.

6.1 Régimes politiques en France et en Argentine : le statut du Président de la République

La France et l'Argentine sont deux Républiques où le pouvoir est exercé par trois entités indépendantes : le pouvoir exécutif, le pouvoir législatif et le pouvoir judiciaire. Le pouvoir législatif appartient au Parlement, et il est composé de deux chambres : l'Assemblée nationale et le Sénat, en France ; la Chambre de députés et le Sénat, en Argentine. Le pouvoir judiciaire est divisé en deux entités dans le pays européen : le Conseil d'Etat, la plus haute juridiction administrative ; et la Cour de cassation, la plus haute juridiction judiciaire ; alors qu'en Argentine, la plus haute juridiction est la Cour suprême de Justice. L'Argentine est conçue comme une République représentative et fédérale, composée de 23 provinces et la cité autonome de Buenos Aires, capitale du pays. Dans les deux sections qui suivent, nous présenterons quelques spécificités du pouvoir exécutif en France et en Argentine.

6.1.1 Le pouvoir exécutif en France : un cas particulier

Le régime politique en France est celui de la V^{ème} République, régi par la Constitution de 1958 et ses révisions ultérieures. Il a la particularité d'établir un double circuit de légitimation et d'attribution du pouvoir exécutif reposant sur le suffrage universel direct. Sa spécificité est telle que ce n'est pas une tâche aisée de lui trouver un nom. Est-ce un régime

semi-présidentiel, pour reprendre l'expression de Maurice Duverger[262] ? Est-ce, comme propose Bastien François, un régime parlementaire bi-représentatif ? Ou plutôt un régime présidentialiste, d'après la formule de Olivier Duhamel[263] ? Cette diversité d'appellations vient du « bicéphalisme ambigu de l'exécutif »[264], qui fait coexister le chef de l'Etat et le chef de l'armée, le Président, et un chef du gouvernement, le Premier ministre, soutenu par une majorité à l'Assemblé nationale.

Le Président a des pouvoirs propres, dont la nomination du Premier ministre, le référendum législatif, la dissolution de l'Assemblée nationale, le recours aux pouvoirs exceptionnels, la nomination des membres du Conseil constitutionnel, et la décision de mettre en œuvre une révision constitutionnelle. La Constitution établit que le chef de l'Etat préside le Conseil des ministres, signe les ordonnances et décrets dont ils ont délibéré et nomme des plus hauts fonctionnaires (conseillers d'Etat, ambassadeurs, etc.). D'après Bastien François (2004), dans la pratique il parvient à contrôler le pouvoir réglementaire qui appartient au Premier ministre. Ce dernier a comme fonctions principales de diriger l'action du gouvernement, s'occuper de la défense nationale, assurer l'exécution des lois et choisir les membres de son gouvernement, sous consultation du Président, encore que l'ingérence de ce dernier est une pratique courante. Le Premier ministre est doublement responsable devant l'Assemblée nationale et le Président, qui, lui, est politiquement irresponsable « des actes accomplis dans et pour l'exercice de ses fonctions (sauf haute trahison et sous réserve des compétences du Tribunal pénal international) » (François, 2004 : 95). Le Président est aussi à l'abri de toute poursuite judiciaire durant son mandat.

Les élections du Président et des membres de l'Assemblée Législative sont à deux tours, dans le cas où la majorité absolue n'est pas acquise dans le premier tour (c'est le cas dans l'histoire de toute la V^{ème} République). Les campagnes du premier et du deuxième tour sont courtes, quinze jours dans le premier cas, et huit jours dans le deuxième. Dans l'élection présidentielle, seulement deux candidats sont en lice dans le deuxième tour, ceux qui ont obtenu le plus grand nombre de votes dans le premier tour. Le rôle du Président dépend des deux élections car dans le cas où la majorité parlementaire n'appartient pas à son propre camp, il devra « cohabiter » avec un Premier ministre d'un parti opposant. L'existence d'un « domaine réservé » au Président acquiert ici toute son ampleur. Contraint de mener une politique intérieure, il peut se « réfugier » dans les affaires étrangères et la défense, qui sont de sa compétence exclusive. La cohabitation devient moins probable à partir de la révision de la Constitution de l'an 2000, dans laquelle on établit la presque simultanéité des élections présidentielle et législative, à un intervalle d'un mois seulement. Le Président devient à la fois le chef de la majorité présidentielle et de la majorité parlementaire mais il reste irresponsable par la Constitution. La modification constitutionnelle approuvée par référendum introduit le raccourcissement de la durée du mandat présidentiel de sept à cinq ans, renouvelable indéfiniment.

Le Président a le pouvoir de dissoudre l'Assemblée nationale pour dénouer un conflit entre le Parlement et le gouvernement en organisant des élections législatives anticipées. B.

[262] B. François. (2008). Président de la République *in* J. Garrigues (dir.). *La France de la Vème République. 1958-2008*. Paris : Armand Collin.
[263] O. Duhamel. (2008). Une démocratie à part. *Pouvoirs, 126*.
[264] B. François. (2004). *Le régime politique de la Vème République*. Paris : Editions de la Découverte, p. 64.

François voit la dissolution comme « un arbitrage partisan dans un système où les rapports de force au sein d'un exécutif bicéphale dépendent des rapports de force au sein du Parlement » (2004 : 77). Dans la pratique, c'est « un outil de construction du 'fait majoritaire' » (François, 2008 : 377).

D'après quelques auteurs[265], la singularité du régime de la V^{ème} République vient du cumul de certaines caractéristiques constitutionnelles : l'élection du Président au suffrage universel direct, le scrutin majoritaire pour l'élection des députés et le droit du Président de dissoudre l'Assemblée. Sans le soutien d'une majorité au Parlement, le Président voit ses compétences très diminuées.

6.1.2 Le régime présidentiel en Argentine

Le régime présidentiel en Argentine est régi par la Constitution de 1853 sous sa dernière réforme de 1994. Elle établit que le pouvoir exécutif est à la charge du Président de la République et de son Vice-Président, qui sont élus au suffrage universel direct à double tour. Leur mandat dure quatre ans et est renouvelable de manière consécutive une seule fois.

Le Président est le chef de l'Etat, chef du gouvernement et chef de l'armée. Parmi ses diverses fonctions, il nomme les magistrats de la Cour Suprême avec l'accord d'au moins deux tiers des membres du Sénat de la Nation ; il nomme et remue les ambassadeurs et d'autres hauts fonctionnaires, avec l'accord du Sénat ; et il a le pouvoir à lui seul de nommer et remuer le chef du Conseil des ministres ainsi que les ministres. Il ouvre les sessions annuelles du Congrès, où il rend compte de l'état de la Nation et donne ses appréciations à propos des mesures qu'il considère nécessaires et convenables. Il est autorisé à convoquer des sessions extraordinaires dans un cas de gravité ; et dans des circonstances strictement exceptionnelles et sous des conditions spécifiques, il peut promulguer des décrets « de nécessité et urgence », en accord avec le Conseil des ministres.

Le Vice-président remplace temporairement le Président lorsque celui-ci est en voyage ou a pris de congé, et de manière définitive jusqu'aux prochaines élections en cas de décès ou de démission de ce dernier. Il est le Président du Sénat mais il n'a pas le droit de vote sauf en cas de ballottage. Dans le cas où le Vice-Président décède ou démissionne, le poste est vacant, c'est-à-dire qu'aucune élection n'est organisée pour le remplacer. Ce cas de figure n'a pas été tout à fait exceptionnel au cours des Présidences. Après le retour démocratique de 1983, ce poste a été vacant de 1991 à 1995 sous le premier mandat de Carlos Menem et de 2000 à 2003 sous le mandat de Fernando de la Rúa.

Le Président et le Vice-Président proposent ensemble un programme électoral et constituent une formule présidentielle, élue par majorité absolue à double tour, sauf si les candidats ont obtenu plus de 45% des votes au premier tour ou si ayant obtenu plus de 40% des suffrages, la différence avec la deuxième formule est supérieure à 10%. Les deux responsables majeurs de l'exécutif appartiennent à un même parti politique ou bien à une alliance politique et travaillent ensemble pour gouverner le pays. Néanmoins, une situation exceptionnelle se produit à l'heure actuelle car le Vice-Président, Julio Cobos, s'est éloigné

[265] O. Duhamel, M. Duverger, J.-L. Parodi, G. Vedel, cités par François, 2004.

du programme électoral et de la Présidente Cristina Fernández de Kirchner, tout en restant dans son poste.

Le régime politique en Argentine prévoit un pouvoir exécutif fort, qui est pourtant limité par un Congrès bicamérale. Le Président voit en effet ses compétences réduites quand la majorité parlementaire appartient à l'opposition.

6.2 La biographie de Jacques Chirac, quarante ans de parcours politique

En dépit d'un nombre important de biographies, documentaires et d'autres écrits journalistiques sur Jacques Chirac, ce sont nombreux ceux qui se réfèrent à sa personnalité comme un énigme, un domaine préservé de l'homme publique[266]. Même si plusieurs aspects de sa biographie et de son parcours politique sont connus de tous, il y aurait une « face cachée ». Peut-être à cause de la complexité du personnage, mais surtout par sa carrière politique hors du commun, il s'agit d'une personnalité très intéressante pour mener une recherche comme la nôtre.

> « Depuis 1962, date de son entrée en politique, la carrière de Jacques Chirac se confond avec l'histoire de la V^{ème} République. Le cœur au centre gauche, il a servi de Gaulle et Pompidou, cohabité avec Giscard et Mitterrand, avant de devenir lui-même le rassembleur des Français. Dans cette carrière fertile en rebondissements, en contradictions et même en trahisons, il est difficile de trouver un grand 'dessein'. Mais le fil conducteur en est la conquête du pouvoir, un exercice où il est passé maître »[267].

Jacques Chirac est né le 29 novembre 1932 à Paris mais il reste très attaché à la Corrèze, d'où est originaire sa famille paternelle. Il y passera ses vacances d'été avec fréquence et nourrira des liens d'appartenance. Il ne sera pas un bon élève : « trop bavard, trop distrait », c'est marqué dans son carnet de notes (Giesbert, 1987). Mais l'adolescent Jacques est curieux et cultive des goûts peu habituels. Il est fasciné par les civilisations anciennes et prend des cours de sanskrit et puis de russe. Une fois son baccalauréat réussi, il fera des expériences comme mousse entre Dunkerque et Alger, et au comptoir d'un restaurant aux Etats-Unis. Après quelques cours comme élève en mathématiques supérieures, il opte pour l'Institut d'études politiques de Paris. Il devient un étudiant appliqué et engagé politiquement. C'est à Sciences-Po qu'il rencontre Bernadette Chodron de Courcel, qu'il épousera cinq ans après et avec qui il aura deux filles : Laurence et Claude, celle-ci en charge pendant plusieurs années de l'équipe de communication de son père Président.

Sa formation est partagée entre l'école militaire (il effectue son service militaire à l'école de Saumur et puis devient lieutenant au 6ème régiment des chasseurs d'Afrique) et l'Ecole nationale d'administration, d'où il obtient son diplôme. Il travaille comme chef du cabinet du directeur de l'Agriculture et des Forêts au gouvernement général d'Algérie, et puis comme chargé de mission de construction, de l'aménagement du territoire et du transport sous le gouvernement de Georges Pompidou. Jacques Chirac deviendra un homme politique élu,

[266] Parmi d'autres : C. Errera. (2003). La construction des images médiatiques des hommes politiques. Thèse doctorale en Sciences Politiques, Université Montesquieu-Bordeaux IV, Bordeaux ; F.-O. Giesbert. (1987). *Jacques Chirac*. Paris: Éditions du Seuil ; P. Péan. (2007). *L'inconnu de l'Elysée*. Paris : Fayard.

[267] J. Garrigues. (2008). Jacques Chirac *in* J. Garrigues (dir.). *La France de la Vème République. 1958-2008.* Paris : Armand Collin.

comme conseiller municipal de Sainte-Féréole et puis comme député de la Corrèze. Sous le gouvernement de G. Pompidou, son « père spirituel » (Giesbert, 1987 ; Garrigues, 2008), il sera secrétaire à l'emploi et secrétaire à l'Economie et aux Finances. Alors que G. Pompidou arrive à la Présidence, J. Chirac sera ministre chargé des Relations avec le Parlement, ministre de l'Agriculture et du développement et ensuite ministre de l'Intérieur, poste qui sera brusquement interrompu à cause du décès du Président. Comme remerciement au soutien stratégique qu'il donne à Valéry Giscard d'Estaing, élu Président en 1974, ce dernier lui propose le poste de Premier ministre, qu'il accepte. Après cette ascension qui mène J. Chirac à la tête du gouvernement, « la deuxième étape est la conquête du parti gaulliste » (Garrigues, 2008 : 110) qu'il réalise en se faisant élire secrétaire général de l'UDR (Union pour la Défense de la République). Son expérience comme Premier ministre ne sera pas satisfaisante. Face à un Président très impliqué en matière de politique intérieure, il démissionne. Dans sa lettre de démission, il donne ses raisons : « Je ne dispose pas des moyens que j'estime nécessaires pour assumer efficacement les fonctions de Premier ministre ». En 1976, il transforme le UDR en RPR (Rassemblement pour la République) et sous le conseil de Marie-France Garaud et Pierre Juillet –deux anciens proches de G. Pompidou-, il se porte candidat à l'Hôtel de Ville de Paris. Il y sera maire pendant dix-huit ans.

A la fin de l'année 1978, il a un grave accident de voiture qui ne l'empêche pas pour autant de lancer son célèbre appel « contre le parti de l'étranger » depuis l'hôpital Cochin, peu avant les élections européennes, qui pour la première fois se réaliseront au suffrage universel direct. A ce moment-là, il se prononce contre l'Espagne et le Portugal dans l'entrée dans la Communauté européenne. Compte tenu du fort engagement que J. Chirac aura quatorze ans plus tard pour le Traité de Maastricht, ensuite pour l'élargissement de la Communauté européenne et encore pour la Constitution européenne, cet appel sera un des arguments pour ceux qui l'accusent d'être contradictoire et opportuniste.

En 1981, il lance sa candidature à la Présidence contre Valéry Giscard d'Estaing et François Mitterrand -ce dernier représentant du parti socialiste-, mais il arrive en troisième place. Se prononçant personnellement pour V. Giscard d'Estaing sans pourtant donner une consigne de vote, c'est le parti socialiste qui arrive à l'Elysée (Garrigues, 2008). Affaibli par son échec, Giscard d'Estaing perd du soutien politique. J. Chirac devient alors le chef de l'opposition de droite et c'est pour cela qu'après l'échec de la gauche aux élections législatives de 1986, il devient Premier ministre en cohabitation avec F. Mitterrand. Le rapport entre les deux têtes de l'exécutif sera conflictuel. En 1988, J. Chirac tente pour la deuxième fois d'atteindre la Présidence, mais il est battu en deuxième tour face à F. Mitterrand. C'est dans son troisième essai, dans les élections de 1995, qu'il deviendra, après un long parcours politique, le chef de l'Etat français.

Un thème épineux dans la carrière politique de J. Chirac est lié aux affaires de corruption qui impliqueraient ses proches et lui-même. La Mairie de Paris a été souvent appelée « le centre des réseaux Chirac »[268], car elle a été un véritable « tremplin » politique, d'autant plus que plusieurs des affaires qui touchent J. Chirac se sont produites alors qu'il était maire. On l'accuse d'être à la tête d'un système de financement occulte du RPR, qui a été dénoncé par un ancien collaborateur, Jean-Claude Méry, dans une cassette vidéo diffusée

[268] G. Martinet. (2002). *Les clés de la Vème République.* Paris : Seuil.

après sa mort. Le système aurait compris des emplois fictifs, la distribution des marchés publics de construction de HLM à des sociétés en échange des faveurs, le détournement des fonds via l'imprimerie municipale SEMPAP et via les frais de bouche de la famille Chirac. Plusieurs de ses collaborateurs ont été mis en examen et même son bras droit, Alain Juppé, a été condamné en 2004 à quatorze mois de prison avec sursis et un an d'inéligibilité, en tant qu'ancien secrétaire général du RPR et adjoint à la mairie de Paris chargé des finances. J. Chirac a été convoqué comme témoin dans certains de ces affaires judiciaires pendant son mandat mais il a profité de l'immunité présidentielle. Après la fin de son mandat, il a été mis en examen dans deux affaires d'emplois fictifs. Le nom de J. Chirac est impliqué dans d'autres affaires. C'est le cas de l'achat du vieux château de Bity en 1969, classé comme monument historique quelques mois plus tard et restauré en tant que tel, avec l'aide financière de l'Etat. On accuse J. Chirac de malversations des fonds à des bénéfices personnels (billets d'avion) et de posséder un compte au Japon à son nom pour un montant de 300 millions de francs. Néanmoins, faute de preuves, les juges n'ont pas donné suite à ces affaires.

Des spécialistes du discours politique de J. Chirac coïncident dans la prolifération des textes qu'il a prononcés et écrits[269]. Circonscrivant sa recherche au Président du premier septennat, Damon Mayaffre explique ceci par les conséquences faillies de la dissolution de 1997 (voir *infra*). La V^{ème} République ne donne « au président seul et sans majorité que des pouvoirs symboliques » (2004 : 11). Ainsi, pendant cinq ans son outil le plus utile et efficace ce sera sa parole.

> « A l'usage, ce pouvoir d'agir réduit à la seule parole s'avéra une force. Sans contrainte de résultats ni de réalisations concrètes, Chirac eut une liberté de ton incomparable. Rendu, par la force des événements, irresponsable de la politique de la France, le chef de l'Etat put d'autant plus librement parler. (…) Jacques Chirac, par son septennat, restera donc dans l'histoire de la V^{ème} République comme le président de la parole. Faute de rouages législatifs, il fut condamné pour le meilleur et pour le pire à gouverner par les mots. Dans ses discours se concentre, se réduit puis s'épanouit l'essentiel de son action politique. L'apparente impuissance de l'homme consacre la toute puissance du verbe dans l'activité politique » (2004 : 12-13).

Comparant le discours du premier septennat de J. Chirac avec celui de ses prédécesseurs à partir des analyses lexicométriques, D. Mayaffre montre que celui-là ne présente pas des particularités linguistiques trop saillantes. C'est pour lui un discours « caméléon » qui a emprunté des mots et procédés des présidents précédents : « Il s'agit d'un discours syncrétique qui d'un point de vue linguistique semble effectuer un bilan historique » du verbe gaullien, giscardien et mitterrandien. « Jacques Chirac, par conviction ou par opportunisme, cherche, plus que nul autre, à être le président de tous les Français » (2004 : 95). Yves Michaud, pour sa part, en considérant l'ensemble des discours publiés de J. Chirac en tant qu'homme politique, parvient à une conclusion qui va à l'encontre d'une image cristallisée sur ce dirigeant politique : ce dernier est plus prévisible qu'on ne le croit habituellement.

> « Non seulement M. Chirac dit très souvent les mêmes choses mais il agit presque tout le temps de la même façon (…) M. Chirac a toujours été favorable au nucléaire, a toujours défendu une agriculture productiviste mais gardienne de l'environnement, a toujours été

[269] D. Mayaffre. (2004). *Paroles de président. Jacques Chirac (1995-2003) et le discours présidentiel sous la V^{ème} République*. Paris : Honoré Champion; Y. Michaud. (2004). *Chirac dans le texte. La parole et l'impuissance*. Paris : Editions Stock.

écologique à sa manière bien particulière, n'a jamais aimé les Etats-Unis tout en protestant du contraire, il a toujours milité contre le chômage tout en déplorant son impuissance ».

Est-ce à une conclusion opposée que ces deux auteurs parviennent ? Pas forcément. Le premier s'intéresse aux spécificités lexicales du discours chiraquien du premier septennat par rapport à ses prédécesseurs de la V^{ème} République et il y découvre un « *patchwork* rhétorique ». Le deuxième prend en compte l'ensemble des discours de la carrière politique de J. Chirac et à partir d'une approche plus qualitative dont la logique n'est pas comparative ni discriminante comme celle des Analyses factorielles de correspondances, il détecte une ligne de continuité dans son discours, même si celui-ci pourrait avoir emprunté des formes lexicales des autres présidents de la V^{ème} République.

6.3 Les présidences de Jacques Chirac : contexte socio-politique

Notre étude sur le traitement de la figure présidentielle est de nature diachronique car il nous intéresse d'analyser, pour le corpus de référence, si l'image de J. Chirac varie au cours de ses deux mandats. La présentation que nous ferons du contexte socio-politique en France sera focalisée sur les quatre périodes historiques choisies : le début du mandat en 1995, la dissolution de l'Assemblée Nationale en 1997, la réélection en 2002, et le référendum sur la Constitution européenne, en 2005. Trois de ces quatre périodes comprennent des campagnes électorales, des enjeux politiques majeurs, sous trois formes différentes : une campagne législative, une campagne présidentielle et un référendum. Nous ferons une révision très synthétique des quatre périodes, afin de fournir au lecteur certains points de repère indispensables pour avoir une vision globale du contexte politique.

6.3.1 Lé début du mandat présidentiel, en 1995

Afin de situer le contexte des élections de 1995, nous remonterons aux campagnes législatives de 1993, qui ont signifié une défaite écrasante de la gauche : sur un total de 577 postes de députés, elle n'a obtenu que 91 élus. Le pouvoir du parti socialiste s'était en effet dégradé dans les deux années précédentes, en partie par une détérioration de la conjoncture économique (ralentissement de la croissance et augmentation du chômage, qui atteignait plus de 10% de la population active), et par une crise d'identité socialiste, qui a entraîné une certaine usure du Président Mitterrand, à la tête de l'exécutif depuis douze ans. Cette crise s'explique, d'après Serge Berstein et Pierre Milza[270], par une division interne, par des scandales de corruption touchant des élus, et par la désorientation que suscite, parmi les sympathisants de gauche, voir que le socialisme se rallie aux logiques du marché, ne représentant plus l'espoir d'une politique différente qui privilégie le développement social.

Les élections de 1993 signifient alors l'instauration d'une nouvelle cohabitation, avec le parti socialiste à la Présidence, et le RPR au gouvernement. Ayant des ambitions présidentielles pour 1995, Jacques Chirac décide de ne pas retourner à Matignon et cède le

[270] S. Berstein et P. Milza. (2006). *Histoire de la France au XXe siècle de 1974 à nos jours.* Bruxelles : Editions Complexe.

poste de Premier ministre à Edouard Balladur, celui qui est connu comme « son ami de trente ans ». Néanmoins, les rapports entre les deux se tendent, car la popularité dont profite E. Balladur au gouvernement l'encourage à se porter candidat à l'élection présidentielle. Il recevra le soutien de Charles Pasqua et de Nicolas Sarkozy, l'ancien « dauphin » de J. Chirac. La « trahison », terme installé par les médias, sera alors double. Au début de l'année 1995, les sondages dévoilent une nette préférence pour le Premier ministre, mais le scénario politique changera au fur et à mesure que la date du premier tour s'approche. Avec l'entrée en lice de Lionel Jospin, du parti socialiste, et une campagne dynamique et offensive de J. Chirac, soutenu par Alain Juppé, ministre des Affaires étrangères, le libéral Alain Madelin, et le président de l'Assemblée Nationale, Philippe Séguin, les distances de ces deux candidats par rapport au Premier ministre se rétrécissent. C'est P. Seguin qui suggère à J. Chirac de placer son programme à gauche de celui d'E. Balladur, dénonçant la « fracture sociale » qui existerait au sein de la société et promettant de relancer la croissance et de réduire le chômage. Le jour du premier tour, le 23 avril, les résultats annoncent le succès de L. Jospin, avec 23,30% des suffrages, suivi par J. Chirac avec 20,84%, le Premier ministre restant en troisième place avec 18,58% des votes. Ces élections confirment la montée en puissance de l'extrême droite, avec Jean-Marie Le Pen du Front National en quatrième lieu, avec 15% des votes. Lors du deuxième tour, J. Chirac (avec 52,63% des suffrages) devancera le candidat socialiste (47,37%), et deviendra le cinquième président de la V^{ème} République.

J. Chirac nomme Alain Juppé Premier ministre, « son plus fidèle collaborateur pendant vingt ans »[271]. Cette première année est marquée par plusieurs événements à l'échelle nationale et internationale, dont nous en retiendrons cinq. Le 16 juillet on commémore le 53ème anniversaire de la Rafle du Vélodrome d'Hiver, l'arrestation de presque 13.000 juifs –la plus importante en France- pendant la Seconde Guerre Mondiale. Dans son discours officiel, J. Chirac rompt avec la posture de ses prédécesseurs, qui avait consisté à nier le régime de Vichy comme l'Etat français : « Il y a, c'est indiscutable, une faute collective ». Il reconnaît ainsi de manière explicite la responsabilité de l'Etat français dans les crimes commis en France sous l'occupation. C'est un geste symbolique et politique avec une énorme répercussion, largement approuvé par les Français (72% d'opinions favorables) selon un sondage de l'IFOP publié un mois plus tard. Mais parallèlement à cette décision historique, une autre entraînera une chute importante de la côte de popularité du Président : une dernière campagne d'essais nucléaires, estimée nécessaire par le chef de l'Etat, avant de passer définitivement à la simulation. Les manifestations et les réactions adverses s'étendent partout dans le monde, notamment dans les pays du Pacifique comme l'Australie et la Nouvelle-Zélande, où les produits français sont boycottés. Le premier essai a lieu en septembre dans l'Atoll de Mururoa, au Pacifique. Il y en aura six au total. En septembre 1996, la France signe le Traité d'interdiction complète des essais nucléaires.

Deux autres grands événements d'envergure dans le domaine international méritent d'être mentionnés dans ce bref récit : la guerre en Bosnie-Herzégovine et la première visite officielle du Président en Afrique. La France, sous la conduite de J. Chirac, prend un rôle actif dans la guerre en Bosnie. « Refusant d'accepter l'humiliation de la crise des otages, rejetant la logique de l'aide humanitaire en laquelle il ne voyait qu'un alibi pour ne rien faire, le nouveau

[271] F. Gerbal. (1999). *Les Présidents de la V^{ème} République. Jacques Chirac 1995.* Paris : la Ferté Saint Aubin.

président mit l'accent, dès son arrivée au pouvoir, sur l'usage de la force militaire comme instrument essentiel de la diplomatie », estime Dominique Moïsi[272]. Ainsi, et avec l'aide de l'Angleterre, il incite à créer la *Force de réaction rapide*, afin d'assurer une meilleure protection des Casques bleus, parmi d'autres objectifs belliqueux plus strictement liés à ce conflit en particulier. En décembre 1995, et suite à l'accord Dayton, la paix est signée à Paris entre les parties serbe, bosniaque et croate.

Au mois de juillet en 1995, J. Chirac entame son premier tour en Afrique, celui qui inaugurera la politique qu'il suivra au cours de ses douze ans au pouvoir, en continuité avec ses prédécesseurs. Le chef de l'Etat français est très bien accueilli dans ce premier voyage. Au cours de ses années d'activité, il a tissé des liens avec les dirigeants africains qu'il renforcera en tant que Président et il fera preuve d'une grande maîtrise des dossiers du continent[273]. Néanmoins, ces relations franco-africaines seront contestées par un secteur important de la société française, qui rejette le soutien que la France fait aux régimes autoritaires qui lui sont fidèles et dénonce un « néocolonialisme » exercé sur l'ancien empire.

Après l'été 1995, la politique instaurée par J. Chirac et A. Juppé semble aller à l'encontre des promesses de campagne, avec l'augmentation des impôts afin de réduire le déficit publique. Un plan de reforme de la sécurité sociale, qui prévoie un alignement du régime de retraite de la fonction publique sur celui du secteur privé, entraîne une mobilisation massive des Français : des manifestations et des grèves se multiplient partout en France. L'interruption des services de transport paralyse le pays. Après un mois de conflit, le gouvernement décide de reculer et de faire certaines concessions par rapport à son plan original. Cet épisode affectera sensiblement l'image du Président et du Premier ministre : si au début de leurs fonctions, les deux hommes bénéficiaient des deux tiers de l'opinion positive, à la fin de l'année, la tendance se renverse pour atteindre deux tiers d'opinions négatives.

6.3.2 La dissolution de l'Assemblée Nationale, en 1997

Même si le gouvernement parvient à sortir de la crise, 1996 sera une année difficile. Afin de respecter les critères de convergence prévus par le Traité de Maastricht signé en 1992 –qui préparent les pays signataires pour l'entrée à l'euro-, la politique menée par A. Juppé continue à viser la réduction du déficit. Persuadé que la poursuite du calendrier électoral tel qu'il était stipulé signifierait un échec de la droite aux élections législatives en 1998, le 21 avril 1997 J. Chirac décide de dissoudre l'Assemblé nationale et d'avancer par conséquent les élections. La décision surprend certains secteurs de la société, d'autant plus que lors d'une interview radiotélévisée qui avait eu lieu quelque temps auparavant, le chef de l'Etat avait nié son intention de dissoudre l'Assemblée :

> « La dissolution n'a jamais été faite dans notre Constitution, pour la convenance du président de la République ; elle a été faite pour trancher une crise politique. Il n'y pas aujourd'hui, il n'y avait pas au lendemain de mon élection une crise politique. Donc la dissolution aurait été (…) une sorte de combine tout à fait contraire à l'esprit de nos institutions ».

[272] Dominique Moïsi. (1995). De Mitterrand à Chirac. *Politique étrangère 4*, pp. 853.
[273] G. Claude. (2007). Chirac « l'Africain ». Dix ans de politique africaine de la France, 1996-2006. *Politique étrangère, 4*.

Dans son discours officiel proféré le 21 avril, J. Chirac justifie sa décision : « Il faut que l'action politique monte en puissance pendant les cinq années qui viennent. Pour réussir, la France a besoin d'un nouvel élan. Cet élan ne peut être donné que par l'adhésion, clairement exprimée, du peuple français ». Néanmoins, la campagne ne se produit pas comme prévu et certains de ses soutiens lui conseillent d'annoncer le départ de son Premier ministre. Il finit par accepter, mais cela n'empêche pas la dérive électorale. Après le deuxième tour, la droite obtient 257 sièges à l'Assemblée, tandis que la gauche totalise 319, dont 245 au seul parti socialiste. Une troisième cohabitation s'installe alors en France, la plus longue de l'histoire, elle durera cinq ans, avec l'ancien candidat L. Jospin comme Premier ministre. J. Chirac souffre de son échec. « Au début, j'ai trouvé pendant quelques semaines, voire quelques mois, J. Chirac formidablement abattu, déprimé », estime le socialiste Pierre Moscovici[274]. L'impossibilité de gouverner en matière de politique intérieure le pousse à se consacrer exclusivement à l'international. Il jouera ainsi le rôle de « père de la nation ».

D'après Berstein et Milza (2006 : 186), la cohabitation entre les deux têtes de l'exécutif semble se dérouler d'une manière « courtoise » : ils « paraissent collaborer efficacement à la gestion du pays, défendre en commun les intérêts nationaux, parler d'une seule voix à l'étranger et dégager des zones de consensus politique assez larges ». J. Chirac bénéficie alors de calme relatif et gagne plusieurs points dans les sondages.

6.3.3 La réélection, en 2002

Pourtant, cette entente cordiale entre les deux têtes de l'exécutif se brisera progressivement au fur et à mesure que les dates des élections présidentielles de 2002 s'approchent car ils comptent tous les deux se porter à nouveau candidats. Lors de l'interview radiotélévisée du 14 juillet 2001, le chef de l'Etat conteste le bilan du gouvernement socialiste et passe à l'offensive. La droite deviendra ainsi une opposante farouche. Les élections de 2002 tournent une page de l'histoire politique en France car non seulement le mandat présidentiel de sept ans durera dorénavant cinq ans, mais le nombre des candidats constitue un record absolu, seize hommes et femmes politiques ayant obtenu les 500 signatures nécessaires pour être reconnus candidats. En outre, et contrairement aux sondages qui donnaient J. Chirac et L. Jospin comme les candidats du deuxième tour, celui qui y parvient est J.M. Le Pen, de l'extrême droite, avec 16,88% des suffrages, après J. Chirac, qui ne réunit que 19,88% des votes. Ce sont nombreux ceux qui se demandent si cet exploit du Front National obéit, au-delà d'une faible participation du secteur de gauche au premier tour, au thème qui a dominé la campagne : l'insécurité. Avec ces résultats, le Président sortant est alors sûr d'être réélu, car la grande majorité de l'électorat lui préférera au candidat d'extrême droite. En effet, le 5 mai J. Chirac obtient le plus grand score de l'histoire de la V^{ème} République, avec 82,81% des votes. Soucieux d'obtenir une majorité parlementaire, il entame tout de suite l'organisation de la campagne législative, qui se déroulera un mois plus tard. Il crée un parti qui vise à ressembler la droite, l'UMP, provisoirement *Union pour la majorité présidentielle*, mais qui deviendra plus tard *Union pour un mouvement populaire*. A l'exception de l'UDF (Union pour la

[274] Citation extraite du documentaire de S. Ferraci. (2007). *Les années Chirac. Histoire de la Présidence de 1995 à 2007*. TF1.

démocratie française) dirigé par François Bayrou, qui tient à conserver son autonomie, il réussit son pari. L'UMP obtiendra à lui seul la majorité parlementaire, avec 369 députés.

Dans la mesure où les élections présidentielles et législatives se déroulent presque simultanément, le Président devient chef de la majorité présidentielle et de la majorité parlementaire. Il nomme Premier ministre le sénateur Jean-Pierre Raffarin, président de la région de Poitou-Charentes, peu connu à l'échelle nationale, et apparemment dépourvu de toute ambition personnelle. D'après Berstein et Milza (2006 : 197), ce choix « souligne le rôle désormais dévolu à celui qui n'est plus que de nom chef du gouvernement, celui d'un simple auxiliaire du président, chargé d'arbitrer entre les ministres et de servir de fusible devant l'Assemblée nationale et l'opinion, au président irresponsable [en termes constitutionnels] au cas où sa politique ferait l'objet d'une vive contestation ».

Pour répondre à la demande sociale sur les problèmes d'insécurité, le gouvernement prend des mesures dans cette direction, avec l'obtention de l'Assemblée nationale, d'un crédit alloué à la police et à la gendarmerie et une modification du code pénale permettant la mise en œuvre de mesures plus répressives.

La conjoncture économique est compliquée pour le gouvernement, qui, alors que la croissance est faible, doit baisser les impôts pour tenir ses promesses électorales, tout en diminuant le déficit, nécessaire pour respecter le pacte de stabilité de la zone euro. Le gouvernement prend des mesures libérales qui contentent le patronat mais qui déçoivent les tranches populaires. Dans un contexte mondialisé, la délocalisation des entreprises augmente, de même que le chômage. A partir du second semestre de 2003, la cote de popularité du Premier ministre ne cesse de s'aggraver, mais le Président rejette la demande de certains secteurs de la société qui attendent un remaniement.

6.3.4 Le référendum sur la Constitution européenne, en 2005

En 2005 s'accomplissent dix ans de J. Chirac au pouvoir, un bilan qui s'avère négatif pour deux tiers des Français, selon un sondage TNS Sofres du mois d'avril, particulièrement en ce qui concerne la réduction des inégalités, la politique sociale, la moralisation de la vie politique, et la politique économique. Les domaines qui accueillent le plus grand nombre d'avis favorables sont liés à la place que la France occupe dans le monde ainsi que la défense nationale. En effet, les Français retiennent comme principale action positive la position du gouvernement de la France face à la guerre en Irak en 2003, qui a décidé de s'opposer ouvertement à l'intention des Etats-Unis d'envahir l'Irak. Convaincu qu'une intervention militaire ne se justifiait que par une impossibilité des inspecteurs de l'ONU de détecter une éventuelle production d'armes de destruction massive, J. Chirac, avec le soutien de ses pairs allemand et russe, a menacé du veto au Conseil de sécurité. Une posture qui, même si elle n'a pas empêché la guerre, a été comparée à celle du général de Gaulle en 1966, quand il décida de sortir la France du commandement intégré de l'OTAN.

L'année 2005 est marquée, à l'international, par la mort du Pape Jean-Paul II, et à l'échelle nationale et européenne, par le référendum sur le traité constitutionnel de l'Europe, décidé lorsque le *oui* à la Constitution était largement favorable. La tendance va pourtant se renverser progressivement. L'augmentation du *non* s'explique, en partie, par la crainte de la société française face aux effets de la globalisation, comme la délocalisation et la conséquente

augmentation du chômage local ; par la méfiance envers l'élargissement de la Communauté européenne, notamment avec le cas de la Turquie ; et par l'image négative qui prévaut du gouvernement, même si ce qui est en jeu dans le suffrage dépasse largement l'action de ce dernier. Le Président s'engage activement dans la campagne le 14 avril, alors que le *non* était à la tête des sondages. Il compte participer dans une émission télévisuelle innovatrice[275] conçue par son équipe de communication -dirigée par sa fille Claude Chirac- *Référendum : en direct avec le Président*, dans laquelle il s'adressera aux jeunes, plus penchés vers le non selon les sondages. *Le Canard enchaîné* a consacré une place considérable à cette émission car en dépit du soin mis dans son organisation, non seulement elle n'a pas réussi à renverser la tendance, mais a produit des effets négatifs dans l'image du Président. Si jusqu'alors J. Chirac avait l'image de quelqu'un de chaleureux, compréhensif et proche des gens, l'émission a mis en lumière le décalage existant entre le chef de l'Etat et les inquiétudes des jeunes. « Sous prétexte de paraître moderne et proche des jeunes à travers un tel dispositif médiatique, Jacques Chirac ne parvient qu'à souligner, non pas son âge, car il était en pleine forme, mais sa génération. L'un de ses objectifs est de créer du lien social, et il ne parvient qu'à le briser », estime Françoise Boursin dans une étude communicationnelle sur le dispositif mis en œuvre et ses effets inattendus[276].

Deux autres interventions du Président vont succéder à cette émission, mais elles ne réussiront pas à faire reculer le *non*. Le soir du référendum, le non est majoritaire, avec 55% des suffrages. J. Chirac ne pourra pas rester sourd au mécontentement du peuple français et il changera de Premier ministre. Deux noms circulent comme possibles successeurs : celui de Nicolas Sarkozy -avec qui le chef de l'Etat ne maintient pas de bonnes relations, non seulement à cause d'une « trahison » du passé, mais à cause des ambitions présidentielles peu dissimulées de ce dernier-; et celui de Dominique de Villepin, pour que préférera J. Chirac. Ce dernier avait obtenu l'avis positif des Français en tant que ministre des Affaires étrangères, lors du conflit avec les Etats-Unis à cause de la guerre en Irak[277], et il est depuis longtemps le principal conseiller à l'Elysée. N. Sarkozy deviendra Ministre de l'Intérieur, numéro deux du gouvernement.

Si à l'échelle internationale, certains voient des rapprochements entre le style de Ch. de Gaulle et celui de J. Chirac, nombreux sont ceux qui, comme *Le Canard enchaîné* (voir la Figure 6.1.) mettent en exergue les différences entre les deux dirigeants à l'issue d'un scrutin référendaire. En 1969, de Gaulle soumet à la consultation populaire la création des régions et la réforme du Sénat (fusionné avec le Conseil économique et social). Le chef de l'Etat avait annoncé que si le non l'emportait, il quitterait la présidence, ce qu'il a effectivement fait après sa défaite.

Un dernier thème auquel nous ferons référence dans cette brève présentation du contexte politique, porte sur les négociations que la France maintient avec la Chine, matière d'inspiration de nombreux articles et caricatures du *Canard enchaîné.* J. Chirac est critiqué

[275] L'émission prévoit un échange entre les jeunes et le Président, dans un dispositif sous forme d'hexagone installé au Palais de l'Elysée : par la médiation des journalistes, J. Chirac répond aux questions de 83 jeunes des différents âges, formation et origines.
[276] F. Boursin. (2006). L'arène médiatique : le Président face aux jeunes. *Communication et langages, 148*, p. 78.
[277] Le discours qu'il a proféré à l'Assemblée des Nations Unies a été très favorablement reçu en France et dans de nombreux pays européens et d'autres continents. A ce sujet, voir l'article de F. Boursin. (2005). Dominique de Villepin et Collin Powell : deux rhétoriques face à face. *Communication et langages, 145.*

par plusieurs secteurs de la société pour favoriser des contrats pour les entreprises françaises évitant toute mention sur les droits de l'homme. Comme contrepartie à ces négociations, la France souffre des conséquences d'ouvrir ses portes aux produits chinois, qui ont des prix très concurrentiels dans le marché français. Cette relation qui privilégie les liens commerciaux avec la Chine est nourrie, d'après N. No, « du sentiment qu'il ne sert à rien, face aux grands Etats, de se livrer à des leçons de démocratie, ni de tenter d'imposer un modèle »[278]. A ce sujet, Yves Michaud affirme que pour J. Chirac, chaque nation dispose sur son territoire de la souveraineté. « C'est pourquoi M. Chirac, bien qu'ardent défenseur des Droits de l'homme à titre personnel et parce que telle est la vocation éducatrice de la France, s'abstient de faire des recommandations déplacées aux chefs d'Etat qui prennent trop de liberté avec les droits en question » (2004 : 63). En matière de politique intérieure, J. Chirac a, pour Michaud, une vision multipolaire du globe.

> « M. Chirac critique sans relâche l'unilatéralisme et l'impérialisme américains, la prétention des réunions des pays riches comme les sommets des G7 ou G8 à constituer des instances de gouvernement mondial. Il offre une oreille de plus en plus attentive aux organisations non gouvernementales (ONG), aux groupes opposés à la mondialisation et aux associations humanitaires et il fait sien un discours de plus en plus nettement altermondialiste à forte composante écologiste » (2004 : 84).

Le Chirac de la fin de mandat se montre de plus en plus lié avec l'aide à l'Afrique, le développement durable et le dialogue des cultures[279]. C'est dans cet esprit qu'il faut comprendre la construction du Musée des arts premiers du quai Branly, de même que ce fragment d'un discours prononcé en 2003 par rapport à l'Afrique, qui n'est pas dépourvu d'une autocritique:

> « Nous n'avons pas été assez attentifs, depuis quelques années, aux vrais besoins économiques et commerciaux de l'Afrique. Nous avons laissé se banaliser nos relations, qui menacent de perdre leur caractère privilégié alors même que la place de l'Afrique dans le commerce mondial n'a jamais été aussi faible ».

Figure 6.1. Kiro, 1/06/2005, p. 8.

[278] Supplément "Jacques Chirac ou Sisyphe à l'Elysée". *Le Monde*, 13 mars 2007.
[279] P. Goulliaud. Chirac, un fauve politique. Le Figaro, le 20 novembre 2007.

« La conviction d'une égale dignité entre les cultures a nourri chez Chirac une relation critique avec l'histoire occidentale, y compris avec l'histoire nationale », souligne le politologue Dominique Reynié[280].

6.4 La biographie de Carlos Menem, un homme qui a marqué l'histoire de l'Argentine

Saúl Menem, syrien d'origines humbles, arrive en Argentine en 1912 à 16 ans, où il prospère comme commerçant. Il connaît celle qui sera sa femme pendant un voyage en Syrie, et il a avec elle quatre fils : Amado, Carlos Saúl, Munir et Eduardo. Bien que les quatre fils soient élevés dans la religion musulmane de leurs parents, ils se convertissent tous au catholicisme. Carlos Saúl atteindra le gouvernement de sa province natale et la Présidence de la Nation à deux occasions, Eduardo sera élu sénateur quatre fois et présidera l'Assemblée pour la réforme constitutionnelle de 1994. Munir sera ambassadeur en Syrie pendant le premier mandat présidentiel de son frère.

Carlos Saúl Menem est né le 2 juillet 1930 à Anillaco, dans la province de La Rioja, où il réalise ses études primaires et secondaires. Il collabore dans le commerce familial comme représentant de commerce, vendeur et camionneur. Il connaît le président de l'époque, Juan Domingo Perón, et sa femme María Eva Duarte, dans une remise de prix d'un tournoi junior de basket-ball organisé par le gouvernement. Il obtient son diplôme d'avocat à l'Université Nationale de Córdoba en 1955. La même année, Juan D. Perón est destitué de son poste par un coup d'Etat qui dure trois ans. Le président s'exile à Madrid et le péronisme reste proscrit pendant dix-huit ans.

C. Menem exerce comme avocat à partir de 1956 en tant que défenseur des prisonniers politiques du régime militaire. Il sera conseiller légal de la Confédération Générale du Travail (CGT) et il fondera clandestinement la *Juventud Peronista* (Jeunesse Péroniste) de sa province[281]. En 1962, C. Menem est élu député de la province de La Rioja mais un nouveau coup d'Etat qui destitue le président de l'époque, Arturo Frondizi, l'empêchera d'exercer. Deux ans plus tard, il voyage en Syrie avec ses parents où il rencontre sa future femme : Zulema Fátima Yoma, argentine d'origine syrienne. Avec elle, il aura deux enfants : Carlos Juan Facundo y Zulema María Eva. Carlos Juan Facundo meurt en 1995 dans un accident d'hélicoptère, dénoncé par sa mère comme un meurtre. Zulema María Eva exerce comme première dame pendant les présidences de son père, depuis la deuxième séparation définitive de ses parents en 1991.

En 1966, C. Menem rencontre J. D. Perón à Madrid et en 1972 il l'accompagne dans son retour au pays. Les militaires au pouvoir convoquent aux élections libres en 1973 et C. Menem est élu gouverneur de La Rioja avec 67 % des votes, tandis que J. D. Perón est élu président pour la troisième fois. Ce dernier meurt un an plus tard et c'est sa deuxième épouse, María Estela (Isabel) Martínez, vice-présidente en exercice qui lui succédera. Un nouveau coup d'État qui destitue Isabel Perón a lieu en 1976. C. Menem est emprisonné et ses biens

[280] Cité par P. Goulliaud, 2007.
[281] I. Massun. (1999). *Menem. Cirugía sin anestesia.* Buenos Aires: Métodos, p. 10.

sont confisqués. En 1981 il est libéré, mais il ne revient pas avec sa femme, dont il restera séparée jusqu'à la campagne présidentielle de 1989.

Avec le retour de la démocratie en 1983, C. Menem devient gouverneur de La Rioja avec 54% des suffrages (il sera ensuite réélu en 1987 avec 64% des suffrages). Il soutient le candidat du parti justicialiste (péroniste) aux élections présidentielles mais c'est Raúl Alfonsín, du parti Radical, qui est élu président. Cette défaite, la première du péronisme, laisse le parti dans un état de confusion. Le péronisme devient un adversaire farouche du gouvernement national et s'oppose à faire des accords et promeut des grèves nationales. Cette ligne est, d'après l'historien Luis Alberto Romero, «soutenue par les vielles idées du nationalisme de droit »[282]. Elle s'oppose à un traité de frontières avec le Chili et est vaincue dans un plébiscite sur ce sujet en 1984 et à l'occasion des élections législatives de 1985. Une nouvelle ligne plus conciliatrice est formée sous l'impulsion d'Antonio Cafiero, et soutenue, après quelques hésitations, par C. Menem[283]. A. Cafiero devient gouverneur de la province de Buenos Aires en 1986 et président du parti justicialiste en 1987, consolidant ainsi le pouvoir de la ligne rénovatrice, encore qu'à l'intérieur de celle-ci, C. Menem a un style plus traditionnel qu'A. Cafiero et obtient le soutien de divers secteurs du péronisme, dont les syndicalistes déplacés par A. Cafiero, et les militaires (Romero, 1994 : 365). Son style personnel, en opposition avec les tendances modernisantes, est inspiré des leaders du fédéralisme du XIX^{ème} siècle, même dans son apparence physique : il utilisait, par exemple, de longs favoris comme le *caudillo* Facundo Quiroga, lui aussi originaire de La Rioja (Romero, 1994). C. Menem gagne les élections primaires du péronisme de 1988 et se consacre comme candidat à la présidence. En 1989, il est élu président de l'Argentine avec 47.3% des votes. En 1994, il promeut une réforme constitutionnelle qui raccourcit le mandat présidentiel de six à quatre ans, permettant la réélection une seule fois consécutive. En 1995, il devient à nouveau président avec 50% des suffrages et fait la passation de pouvoir à Fernando de la Rúa en 1999. En mai 2001, C. Menem épouse la top model chilienne Cecilia Bolocco (Miss Universo 1987) et en juin de cette même année, il est arrêté et est assigné à résidence à cause de la vente illégale d'armes à l'Equateur et la Croatie pendant son premier mandat. Une nouvelle poursuite judiciaire examine deux comptes en banque suisses non déclarés qui seraient au nom de son ancienne épouse Zulema, de sa fille, et d'un de ses proches. En 2003, un autre procès est ouvert contre lui pour des pots-de-vin payés dans la concession de l'espace radioélectrique à l'entreprise Thales[284]. En 2008, l'entreprise Siemens avoue avoir payé 100 millions de dollars en pots-de-vin à des fonctionnaires du gouvernement de C. Menem afin d'obtenir la licitation pour la confection des passeports et des documents nationaux d'identité. On accuse l'ancien président d'en avoir reçu 16 millions[285].

C. Menem se porte candidat aux élections présidentielles de 2003 et arrive en tête au premier tour, avec 24.45% des votes. Néanmoins, après avoir dénoncé une campagne médiatique contre lui qui aurait généré une forte augmentation de son image négative, il

[282] L. A. Romero. (1994). *Breve Historia Contemporánea de la Argentina.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina, p. 361.
[283] M. E. Alonso, R. Elisalde et E. Vázquez. (1997). *Historia: La Argentina del siglo XX*. Buenos Aires: Aique.
[284] Voir l'article de *La Nación* du 4/12/2009 : Confirman un procesamiento a Menem, que quedó más cerca de otro juicio oral.
[285] H. Alconada Man. Siemens admitió que pagó coimas en el país. *La Nación*, 16/12/2008.

décide de ne pas se présenter au deuxième tour et Néstor Kirchner est élu président. En 2005, C. Menem est élu sénateur provincial de La Rioja et reste à ce poste aujourd'hui.

6.5 Les présidences de Carlos Menem : contexte socio-politique

Notre corpus d'application est constitué des titres et des images qui portent sur Carlos Menem au début de son premier et deuxième mandat présidentiel. Nous ferons une brève révision de ses mandats, afin de fournir au lecteur certains points de repère indispensables pour avoir une vision globale du contexte politique.

6.5.1 La conquête du pouvoir national, en 1989

Deux problématiques ont marqué la présidence de R. Alfonsín (1983-1989). D'une part, la grave situation de l'économie nationale, liée au déficit de l'Etat et à un haut niveau d'endettement. D'autre part, le rapport conflictuel entre le gouvernement démocratique et les forces armées et le jugement des crimes commis par celles-ci pendant la sanglante dictature de 1976-1983.

Les procès aux chefs de l'Armée commencent en avril 1985 et quelques mois plus tard arrivent les premières condamnations. Les jugements se poursuivent contre les militaires des rangs différents, avec le soutien d'une partie de la société et la réticence des Forces armées. Vers la fin de l'an 1985, le secteur radical, craintif d'une fronde de la part des militaires, promulgue la loi *Punto final* (Point final) qui met une fin temporaire aux jugements. Celle-ci a pour conséquence immédiate l'augmentation du nombre d'actions judiciaires, ce qui aggrave les rapports entre le gouvernement et les Force armées.

Pendant la célébration des Pâques en 1987, un groupe de militaires, sous le commandement du lieutenant-colonnel Aldo Rico, se rebelle contre le gouvernement et exige la fin des jugements. Ce soulèvement est connu comme « *el levantamiento de los carapintada* » (le soulèvement des visages peints). La société manifeste massivement dans les rues, exprimant son soutien au gouvernement démocratique. Après le soulèvement qui dure quatre jours, R. Alfonsín annonce la loi d'*Obediencia debida* (Obéissance due) qui exemptait de responsabilité ceux qui avaient commis des crimes sous l'ordre des supérieurs. Cette action est perçue comme une claudication du pouvoir civil face au pouvoir militaire.

La situation économique continue de s'aggraver avec une forte augmentation de l'inflation. A l'occasion des élections de 1987, le radicalisme perd la majorité à la Chambre de Députés ainsi que les élections régionales dans toutes les provinces, à l'exception de deux.

Alors qu'il n'a pas présenté de programme pour la campagne des élections internes du parti Justicialiste (Romero, 1994 : 365), C. Menem s'entoure des secteurs hétéroclites pour la campagne présidentielle. Il oriente son discours publique vers les plus humbles et il promet un « *salariazo* » (une augmentation des salaires) afin de réactiver l'économie et une « *revolución productiva* » (une révolution productive). En privé, néanmoins, il fait des alliances avec de secteurs corporatifs forts et les Forces armées (y compris les *carapintadas*), des dirigeants de l'Eglise et des groupes du patronat comme la multinationale Bunge y Born (Romero, 1994).

Le 15 mai 1989, au milieu d'une crise économique débordante et d'un processus d'hyperinflation, C. Menem gagne les élections avec 47% des votes. Un mois plus tard, R. Alfonsín avance la passation de pouvoir prévue pour le mois de décembre. C. Menem devient président le 8 juillet et doit faire face à des niveaux record de pauvreté et marginalité et à une augmentation des prix de consommation qui s'élève à 20.594% entre avril 1989 et mars 1990. Les premiers ministres de l'Economie du gouvernement national, Miguel Roig (qui décède six jours après le début de sa fonction) et de Néstor Rapanelli –tous les deux du groupe Bunge y Born-, signalent la volonté de réaliser des réformes néolibérales qui profitaient d'une grande impulsion internationale après la chute du bloque soviétique. N. Rapanelli annonce une série de mesures visant à dérégler l'économie, dont la libéralisation du prix de l'essence au public et la privatisation des entreprises publiques.

En décembre 1989, Antonio Hermán González remplace N. Rapanelli et le gouvernement lance une série de mesures économiques drastiques qui réussissent à réduire l'inflation, suivies des réformes de l'Etat qui incluaient des réductions de dépenses d'administration et des réductions dans les entreprises publiques (licenciements ou retraites forcées). On privatise les entreprises nationales de communications, les compagnies aériennes, les pétrolières, les chemins de fer et 40% du réseau routier, parmi d'autres.

En décembre 1990, Domingo Cavallo remplace A. H. González dans le cabinet économique et approfondit la réforme néolibérale. Une de ses premières mesures est de changer la monnaie et de la mettre sur un pied d'égalité au dollar états-unien. Le peso argentin est « attaché », par loi, au dollar et la Banque centrale de la République Argentine est obligée d'avoir autant de dollars que des pesos en circulation. Ceci produit comme effet immédiat de freiner l'inflation, de baisser les taux d'intérêt, d'augmenter la consommation et de réactiver la production industrielle. D'autres mesures prises de 1991 à 1994 sont associées à ce qu'on a appelé la « flexibilisation » du travail : une réduction des indemnités pour licenciement ou pour accidents de travail, une diminution des apports patronaux pour la retraite et pour l'assurance médicale; une plus grande ouverture économique pour les importations; une augmentation de l'IVA et une dérégulation de l'économie avec la fermeture d'organismes de contrôle. D'autres mesures comprennent un combat renforcé contre l'évasion fiscale propulsé par le secrétaire des Revenus Publics, Carlos Tacchi. A partir de 1994, la pauvreté et le chômage augmentent, ce dernier atteignant un sommet de 20% en 1995.

C. Menem propose la nécessité d'une réconciliation entre la société civile et les Forces armées. En 1989 et 1990, il octroie la grâce présidentielle à des centaines de militaires et des civiles condamnés pour des crimes commis pendant la dictature de 1976-1983 ainsi qu'à des militaires du groupe « *carapintada* ». Comme ces derniers ne sont pas réincorporés dans les Forces armées, ils décident de se soulever en décembre 1990, ce qui produit une réaction ferme de C. Menem, qui réussit à contrôler la situation et à incarcérer les responsables.

A l'échelle internationale, C. Menem choisit de quitter le Mouvement des Pays non-alignés et se range du côté des Etats-Unis. Pour satisfaire les demandes états-uniennes (Romero, 1994 ; Massun, 1999), l'Argentine démantèle le projet Condor, qui visait au développement d'un missile; participe à la Guerre du Golfe ; offre d'envoyer des troupes en Colombie pour lutter contre le trafique de drogue ; et maintient une dure politique contre le gouvernement de Fidel Castro à Cuba. C. Menem rétablit les relations diplomatiques avec l'Angleterre, le commerce et les vols entre l'Argentine et la Grande Bretagne. En 1991 naît le

Mercosur (*Mercado Común del Sur*), qui a pour but l'intégration et le développement commercial du Brésil, du Paraguay, de l'Uruguay et de l'Argentine.

En mars 1992, un attentat qui provoque 29 morts et plus de 200 blessés, a lieu à l'Ambassade d'Israël à Buenos Aires. C. Menem accuse les *carapintadas* et des fractions de nazis, mais les enquêtes ne se poursuivent pas. En juillet 1994, un deuxième attentat détruit l'Association mutuelle Israélite de l'Argentine (AMIA), entraînant la mort de 85 personnes et plus de 300 blessés. Des agents de police sont poursuivis en justice mais l'enquête ne progresse pas. A l'heure actuelle, C. Menem, son frère Munir et le juge en charge de l'enquête judiciaire à cette époque-là, sont poursuivis en justice pour dissimulation[286].

La fin du premier mandat est marquée par la réforme constitutionnelle qui rend possible la réélection, les accusations de corruption liées aux privatisations et l'augmentation du taux de chômage. Les problèmes économiques liés à la crise mexicaine (connue comme « Effet tequila »), engendrent une crainte croissante au sein de la population qui voit la stabilité économique en péril. L'endettement généralisé en dollars à un taux d'intérêts bas faisait particulièrement préjudiciable une possible dévaluation du peso. Une partie de la population donne la priorité au fait de maintenir la stabilité économique dont le gouvernement est perçu comme le seul garant, et C. Menem est réélu.

6.5.2 La réélection, en 1995

La crise économique de 1995 ainsi que le rôle croissant du ministre de l'Economie, Domingo Cavallo, dégrade les relations entre ce dernier et C. Menem. Peu après une accusation d'irrégularités dans la privatisation de la poste et des aéroports en rapport avec le trafic de drogues et de blanchiment d'argent effectuée par le ministre Cavallo, ce dernier est remplacé par celui qui était à la tête de la Banque centrale, Roque Fernández. Dans ses accusations, D. Cavallo mentionne le nom d'Alfredo Yabrán, un puissant entrepreneur télépostal, qui est ensuite inculpé d'être l'instigateur de la mort du journaliste José Luis Cabezas. C. Menem donne son soutien à A. Yabrán, arguant que ce dernier est victime d'une campagne. Peu après, A Yabrán meurt dans des circonstances peu claires alors que la police le cherchait pour l'arrêter, au sujet de la mort du journaliste.

En 1995 se produit l'explosion d'une usine d'armements dans laquelle meurent sept personnes et des centaines sont blessées. Des enquêtes autour de la vente illégale d'armes à la Croatie et l'Equateur sèment le soupçon que l'explosion fut provoquée pour effacer des preuves. Quelques années plus tard, C. Menem est mis en examen par la justice[287] mais faute de preuves, il est enfin acquitté[288].

En 1999, le Brésil dévalue fortement sa monnaie par rapport au dollar, ce qui entraîne un flux d'importations de produits brésiliens en Argentine, en raison de la perte de compétitivité des entreprises argentines. Le gouvernement argentin essaye d'imposer des restrictions aux importations mais celles-ci entament un incident diplomatique avec le Brésil, seulement résolue quand l'Argentine décide de faire marche en arrière avec les mesures

[286] Voir l'article de *La Nación* du 22/03/2010: Confirman los procesamientos de Menem, Galeano y Palacios por encubrimiento del atentado a la AMIA.
[287] Article de *La Nación* du 3/04/2009 : Revés judicial para Menem en la causa de Río Tercero.
[288] M. Platía. Desprocesaron a Menem por la explosión de Río Tercero. *Clarín*, 28/08/2010.

protectionnistes. Le gouvernement effectue de nouvelles réductions des dépenses et crée des impôts. On élabore un plan pour remplacer d'anciennes voitures, appelé « *plan canje* » (littéralement plan échange), dans le but de réactiver l'industrie automotrice pendant la récession.

L'entourage de C. Menem installe la possibilité d'un nouveau mandat, ce qui interdit explicitement la Constitution. Ceci entraîne des altercations avec son ancien vice-président E. Duhalde, à cette époque-là gouverneur de la province de Buenos Aires. Confronté à un bas niveau d'approbation populaire, C. Menem décide de ne pas donner suite à ses ambitions présidentielles.

Au cours de son deuxième mandat, le chômage se maintient autour du 15% et les indicateurs de pauvreté proches du 20%. Cette période est marquée par des accusations et scandales liés aux *people*, à la drogue et au pouvoir, des pots-de-vin dans des appels d'offre[289] et des détournements de fonds dans les assurances de retraités.

6.6 Récapitulatif

La France et l'Argentine sont deux Républiques avec un pouvoir exécutif bicéphale : le Président est le chef de l'Etat et pour le cas français, le Premier ministre est le chef du gouvernement. Le deuxième en Argentine est le vice-président, qui remplace le président en cas de décès ou absence temporaire. Les présidents sont élus au suffrage universel direct – obligatoire dans le pays sud-américain- à travers un système électoral à deux tours ; et peuvent être réélus, en Argentine une seule fois consécutive.

Notre recherche porte sur deux figures emblématiques dans l'histoire de la France et l'Argentine : Jacques Chirac et Carlos Menem, deux hommes avec un long parcours politique, qui appartiennent à une même génération, tous les deux étant nés au début des années 30.

J. Chirac a exercé sa fonction de président pendant douze ans, encore que son bilan est souvent critiqué pour être plutôt maigre. C'est notamment à l'échelle internationale qu'il obtient le plus grand nombre d'éloges et d'admirateurs, avec, en particulier, son refus de soutenir la guerre en Irak en 2003. Son parcours politique est assombri par plusieurs affaires, notamment à l'époque où il était Maire de Paris.

C. Menem est une personnalité qui récolte des opinions très opposées dans la société argentine. Au-delà des considérations idéologiques sur son action politique, l'époque ménémiste, qui s'étend de 1989 à 1999, a marqué avec force l'histoire de l'Argentine. Il a réussi à stabiliser l'économie après une grave crise économique, sociale et politique ainsi qu'à fortifier le pouvoir civil face au pouvoir militaire. Il a mené une politique néo-libérale qui a signifié la privatisation d'un nombre important d'entreprises de l'Etat. Le terrain qui a éveillé les plus grandes critiques est celui de nombreuses « affaires » dans lesquelles il est accusé d'être impliqué, dont certaines l'ont mené en justice. Dans l'affaire de vente illégale d'armes à la Croatie et l'Equateur, il a même été mis en résidence surveillée.

[289] Voir, par exemple, l'article de *La Nación* du 18/08/2009 : María Julia Alsogaray se negó a entregar la escritura de su petit hotel de Recoleta.

RÉCAPITULATIF DE LA DEUXIÈME PARTIE

Cette deuxième partie de notre thèse nous a fourni le cadre théorico-méthodologique et contextuel que nous mettrons en place dans notre recherche. Nous incorporons l'apport de différents courants théoriques pour réfléchir autour de la complexité du phénomène satirico-humoristique, faisant attention aux diverses stratégies discursives mises en place sur le plan communicationnel : énonciatif et rhétorique. Parmi les procédés verbaux et visuels utilisés par la presse satirique, nous croyons que les figures rhétoriques jouent un rôle central dans les messages où coexistent un sens apparent et un sens caché. C'est pour cette raison qu'elles occupent une place importante dans notre recherche.

Nous avons présenté théoriquement le postulat selon lequel il est possible de penser en termes d'une grammaire de l'humour. Nous proposons de concevoir cette grammaire comme un système ouvert et dynamique, avec une organisation interne peu rigide. Nous rejoignons ainsi la grammaire émergente, qui voit dans la grammaire un ensemble vaguement défini d'aspects récurrents de l'usage qui se sédimentent. Notre enjeu sera d'étudier des textes satirico-humoristiques verbaux et visuels pour ébaucher un système de règles qui jouerait un rôle dans la régulation des actions et interactions entre différents éléments qui le composent.

De même que le lecteur doit –en reprenant la formule de Roy Harris (1994)- faire preuve d'une intégration sémiologique pour interpréter des messages complexes, nous aussi, nous adoptons une perspective d'intégration méthodologique afin de mener une étude multidimensionnelle attentive à de nombreuses facettes qui interviennent dans les types de textes qui nous occupent. Nous articulons une approche qualitative avec des techniques statistiques dans le but de faire une étude rigoureuse et systématique à la recherche des invariants et des spécificités qui rapprochent et distinguent deux corpus à dimension biculturelle. Les titres et les images du CE constituent notre corpus de référence composite, ceux de S/12, notre corpus d'application composite. Il s'agit, d'un point de vue méthodologique, de tester la potentialité du système catégoriel conçu initialement pour le cas français, et d'un point de vue théorique, de mettre à l'épreuve notre hypothèse sur la grammaire humoristique.

L'appareil méthodologique construit articule une analyse sémio-linguistique et rhétorico-stylistique, une analyse de contenu, des analyses statistiques et des analyses comparatives. Premièrement, nous ferons une analyse descriptive et interprétative des titres, caricatures et *strips* politiques, qui se rapproche de la proposition sémiologique d'Anne-Marie Houdebine en deux phases (2003). L'étude formelle des signes se complémente avec une

étude plus centrée sur le contenu, mettant en place une « sémiologie des indices », plus liée aux sens connotés, aux représentations collectives. Deuxièmement, nous ferons un travail de systématisation des catégories d'analyse, de codification, d'opérationnalisation et de quantification des variables. Nous appliquerons ensuite des tests statistiques non paramétriques et des analyses multivariées afin d'établir des différences significatives entre les corpus et d'identifier des associations entre les catégories. La logique de ces analyses est comparative, à l'échelle intra et inter corpus.

Puisque nous menons une étude biculturelle et diachronique, il a été nécessaire, d'une part, de présenter quelques caractéristiques essentielles des régimes politiques en France et en Argentine, et d'autre part, de situer le contexte socio-historique qui comprend les périodes d'analyse choisies. Même si le chef de l'Etat est le Président de la République, ces deux pays se distinguent en ce qui concerne la constitution bicéphale du pouvoir exécutif (Premier ministre en France et Vice-Président en Argentine). Jacques Chirac et Carlos Menem sont deux figures emblématiques dans l'histoire politique des deux pays, avec un long parcours politique. Nous avons jugé important de décrire ces parcours hors norme pour mieux situer le lecteur par rapport aux personnages qui émergeront de la proposition satirique du CE et de S/12, et que nous nous efforcerons d'étudier.

Après avoir décrit notre cadre théorique, méthodologique et contextuel, nous procéderons, dans la troisième partie, à l'analyse multidimensionnelle des titres et des images des deux corpus.

TROISIÈME PARTIE :

Deux corpus composites : le corpus de référence et le corpus d'application

Résultats d'analyse

Après avoir construit notre appareil théorico-méthodologique qui articule plusieurs perspectives théoriques, conceptuelles et méthodologiques, nous l'appliquerons aux textes verbaux et mixtes du *Canard enchaîné* et de *Sátira/12*. La démarche sera complexe et abondera en analyses fines et précises dans le but de pénétrer d'une manière systématique et rigoureuse dans le tissu discursif, de décomposer ses éléments, de comprendre ses interrelations et d'interpréter des effets de sens, qui rendent compte des diverses stratégies d'implication proposés aux lecteurs. L'approche multidimensionnelle de nos objets d'étude a pour but, d'un côté, de caractériser les matérialités langagières à l'œuvre dans les discours satirico-humoristiques, et d'un autre côté, de distinguer et d'étudier diverses composantes intervenant dans le processus de construction de l'image présidentielle.

Cette troisième partie de notre thèse est composée de quatre chapitres, les deux premiers rendent compte des analyses des titres et des images du corpus de référence, *Le Canard enchaîné* ; les deux suivants présentent des résultats des analyses des titres et des images du corpus d'application, *Sátira/12*. Le corpus de référence composite comprend tous les titres et toutes les images faisant référence à Jacques Chirac pendant les quatre périodes sélectionnées : début du premier mandat en 1995, campagne législative de 1997, réélection en 2002, et référendum sur le traité constitutionnel en 2005. En total, notre corpus de titres est constitué de 234 effectifs et notre corpus d'images, de 405 caricatures et *strips* politiques. Le corpus d'application composite comprend tous les titres et toutes les images faisant référence à Carlos Menem pendant le début du premier mandat en 1989 et la réélection en 1995. Afin que la procédure de comparaison entre les corpus de référence et d'application soit plus pertinente, le corpus du CE dont nous nous servirons sera composé des mêmes périodes que celui de S/12 : trois mois au début du premier mandat présidentiel et trois mois lors de la campagne de réélection et le début du deuxième mandat. Le corpus français ainsi retenu comprend 159 titres (79 pour la période de 1995 et 80 pour la période de 2002) et 244 images (111 pour la période de 1995 et 133 pour la période de 2002). Quant au corpus d'application,

notre corpus de titres est constitué de 36 effectifs (17 pour la période de 1989 et 19 pour la période de 1995) et notre corpus d'images comprend 65 caricatures et *strips* politiques (32 pour la période de 1989 et 33 pour la période de 1995). Le corpus d'application est proportionnellement plus réduit, en partie parce que *Sátira/12* a la moitié de pages du *Canard enchaîné*.

Les quatre chapitres que nous présenterons rendent compte de la distribution de toutes les dimensions d'analyse, à partir d'une logique comparative : entre les titres et les images du corpus de référence (chapitre 8), entre les titres du corpus de référence et du corpus d'application (chapitre 9), et entre les images du corpus de référence et du corpus d'application (chapitre 10). Les tests statistiques non paramétriques seront appliqués dans tous les cas alors que les analyses multivariées seront réservées pour les corpus de référence, plus importants en volume. Les premiers cherchent à identifier des différences significatives entre les corpus et les deuxièmes visent à saisir des associations entre les dimensions de forme et de contenu à l'échelle intra et interdimensionnelle.

Les analyses réalisées dans chaque chapitre répondent à l'objectif général et aux objectifs spécifiques présentés dans le chapitre méthodologique. Nous présenterons par la suite, certains objectifs particuliers qui ont nourri notre démarche.

Dans le chapitre 7, nous essayerons de détecter des critères éditoriaux qui opèrent dans les choix thématiques, esthétiques, et peut-être même idéologiques des titres, à partir de l'étude des sujets traités, des procédés utilisés et des représentations du personnage Chirac qui émergent des analyses.

Dans le chapitre 8 apparaît la variable *auteur*, puisque contrairement aux titres, toutes les caricatures sont signées. Avec les analyses spécifiques réalisées, nous prétendons étudier s'il existe une tendance identifiable du point de vue stylistique et énonciatif dans l'œuvre de chaque dessinateur, par rapport aux procédés utilisés, aux thématiques traitées, et à la construction qu'ils font du personnage Chirac.

Puisque notre étude est de nature diachronique pour le corpus de référence, les *périodes* interviendront d'une manière saillante dans nos analyses. Il s'agira d'enquêter pour voir si l'image présidentielle de Jacques Chirac varie selon le contexte politique considéré.

Les chapitres 9 et 10 sont traversés par une logique biculturelle visant à apporter une perspective transculturelle. Ayant les résultats sur certains procédés satirico-humoristiques déployés dans les titres et les images du corpus de référence, nous viserons à chercher des variants et invariants par rapport au corpus d'application. Nous essayerons aussi de détecter des traits saillants dans la construction que chaque journal fait de la figure présidentielle, focalisant sur les aspects les plus et les moins critiqués.

Dans les chapitres 8 et 10, qui portent sur les images satiriques -les caricatures et *strips* politiques-, nous ferons particulièrement attention aux spécificités des signes verbaux et visuels.

Nous suggérons au lecteur de faire la lecture des chapitres 7 et 8 de manière simultanée avec les annexes 5 et 6. Celles-ci ont été structurées comme des instruments conçus pour fournir l'information nécessaire permettant de comprendre les différentes étapes des analyses statistiques. Pour chaque traitement statistique effectué, nous présentons dans les annexes, un tableau qui précise le type d'analyse, le nom et nombre de variables et le nombre de modalités. Le lecteur y trouvera également toutes les spécifications qui se réfèrent à

l’échantillon et aux diverses procédures de l’analyse (histogramme, nombre de classes, description de classes, graphiques).

Chapitre 7 :

Analyse des titres du *Canard enchaîné*

Ce chapitre est consacré à la présentation des résultats obtenus à partir d'une approche pluriméthodologique et multidimensionnelle des 234 titres du CE qui portent directement ou indirectement sur le président Jacques Chirac dans les quatre périodes délimitées dans des chapitres précédents. Nous présenterons ces résultats de la même façon que nous nous sommes approprié nos données, c'est-à-dire, progressivement. Nous commencerons par une simple présentation de catégories à l'intérieur de dimensions d'analyse -détaillées dans le chapitre 5- à partir de leurs fréquences absolues ou pourcentages (section 7.1.). Puis, nous essaierons d'établir si la période et le type de titre interviennent de manière significative dans la distribution des titres quand nous prenons en considération les différentes catégories d'une même dimension d'analyse. Le test χ^2 nous permettra de savoir s'il y a dépendance entre différentes variables d'analyse. Une fois identifiés les cas de dépendance, nous chercherons à l'intérieur de chaque croisement de variables les cas qui s'écartent de la norme, à travers le calcul de l'écart résiduel standardisé (7.2.). Dans une troisième étape, nous chercherons à comprendre le fonctionnement intradimensionnel des cas les plus complexes (7.3.). Nous poursuivrons ensuite, avec des analyses des associations entre plusieurs dimensions (7.4.). La dernière étape sera consacrée à une analyse intégrale, en considérant toutes les dimensions d'analyse (7.5.). La section 7.6. présentera des réflexions générales comme conclusion de ce chapitre.

Plusieurs objectifs et hypothèses de travail nourrissent notre tâche. En particulier, nous prétendons identifier des régularités parmi les procédés linguistiques qui opèrent dans les titres du CE, étudier comment s'articulent les diverses dimensions de caractérisation, contenu et forme, et repérer les catégories de notre système qui sont incontournables lorsqu'il s'agit d'aborder la construction de l'image médiatique d'un homme politique. Nous prévoyons, d'une part, que les figures rhétoriques et les références culturelles joueront un rôle important comme mécanismes producteurs du comique, d'autre part, que le contexte temporel introduira des variations dans l'image satirisée du personnage Chirac transmise par le CE à travers ses titres. Nous mettrons nos hypothèses 3, 4 et 5 à l'épreuve. La troisième hypothèse propose une relation indirectement proportionnelle entre la gravité de l'accusation faite contre un dirigeant politique et le degré d'explicitation de cette dénonciation. Dans la première proposition de notre quatrième hypothèse, nous supposons que comme il s'agit de la presse satirique, les traits de personnalité les plus habituels attribués au chef de l'Etat seront négatifs. A partir de notre cinquième hypothèse, nous espérons identifier une certaine corrélation entre

quelques traits de caractère associés au personnage et l'utilisation de certaines figures rhétoriques.

7.1 Distribution des titres selon les dimensions de caractérisation, contenu et forme

Dans la présentation de cette section nous respecterons notre délimitation des dimensions d'analyse selon le fait qu'elles portent sur la caractérisation des titres ou bien qu'elles se centrent sur le contenu, le *quoi*, ou la forme, le *comment* de l'objet d'étude. Nous aborderons en premier lieu les dimensions de caractérisation (période et type de titre), nous poursuivrons avec celles de contenu (personnages dont il est question, thématiques abordées, rapports entre les personnages, traits de caractère attribués au personnage Chirac), pour passer ensuite aux dimensions de la forme (registre de langue, figures rhétoriques et références culturelles).

Avant de détailler la distribution de chaque dimension d'analyse, cela aidera le lecteur de resituer ces dimensions, et leurs catégories, dans l'ensemble[290]. Il y a deux grands groupes de dimensions: d'un côté, les dimensions qui sont composées de modalités mutuellement exclusives de sorte que chaque titre est classé dans une seule catégorie (personnages, thématiques abordées, rapports entre les personnages, registre de langue et références culturelles) ; et d'un autre côté, celles composées des catégories non mutuellement exclusives, c'est-à-dire qu'un seul titre peut être classé dans deux ou plus de catégories à l'intérieur d'une même dimension d'analyse (traits de caractère et figures rhétoriques). Or, il faut également distinguer les dimensions qui sont présentes dans tous les titres, de celles qui ne le sont pas forcément. Parmi ces dernières, il faut citer les cas des rapports entre les personnages, des traits de caractère, des figures rhétoriques et des références culturelles. C'est pour cette raison que quand N (nombre total d'individus) ne se correspond pas aux 234 titres analysés, nous les préciserons dans les graphiques.

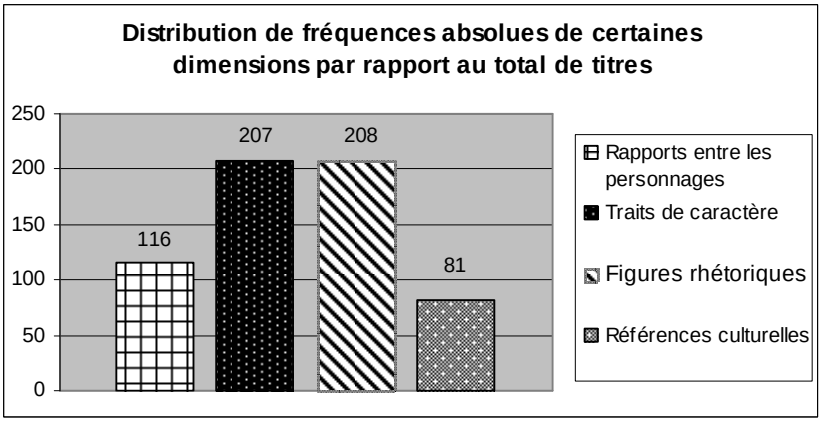


Figure 7.1. Dimensions non forcément présentes dans la totalité des 234 titres considérés. Pour les cas où il y a plus d'une catégorie (à l'intérieur d'une dimension) par titre, nous avons comptabilisé la présence ou l'absence de la dimension.

[290] Pour une description plus détaillée des dimensions et leurs catégories d'analyse, nous renvoyons le lecteur au chapitre 5.

La Figure 7.1. rend compte des fréquences absolues des dimensions qui ne sont pas forcément présentes dans les titres. Notons qu'il y a presque le même nombre des cas où il n'y a pas de figures rhétoriques ni de traits de caractère. La dimension portant sur les références culturelles est la moins présente dans les titres. Ceci pourrait s'expliquer par le fait qu'elles sont secondaires du moment qu'elles véhiculent des compétences qui dépassent l'univers du fait de l'actualité abordée.

Une bonne partie des distributions des différentes dimensions considérées sera présentée dans des graphiques qui reprennent la totalité des catégories pour chaque dimension, y compris la catégorie *absente*. Ceci s'applique pour toutes les dimensions, à l'exception de celles qui ne sont pas mutuellement exclusives (traits de caractère et figures rhétoriques) et des références culturelles, qui présentent un comportement particulier et différencié entre le corpus de référence et le corpus d'application –comme nous verrons dans les chapitres 9 et 10. Dans toutes les autres dimensions où cette catégorie n'apparaît pas, cela obéit au fait que cette catégorie n'existe pas, comme c'est le cas du type de titre ou de la thématique abordée, par exemple (voir la colonne « Dimension toujours présente » du Tableau 5.3.). Ce critère est maintenu dans les trois prochains chapitres qui portent sur les titres et les images du corpus de référence et du corpus d'application.

7.1.1 Dimensions de caractérisation

7.1.1.1 La période

Il vaut la peine de rappeler que notre corpus des titres du *Canard enchaîné* s'élève à 234, distribués dans les quatre périodes considérées de la façon suivante (voir Tableau 7.1.). Après avoir appliqué le test χ^2 pour la totalité des titres et des images (5.97 ; $p<0.10$), nous pouvons dire que la distribution du nombre de titres selon les périodes ne présente pas une variation significative. Autrement dit, il n'y a aucune période qui se détache du reste par un nombre plus important de titres.

Période d'analyse	Titres	Titres/Numéro
1995 (13 numéros)	79	6,1
1997 (7 numéros)	39	5,6
2002 (14 numéros)	80	5,7
2005 (9 numéros)	35	3,9
T : total **M : moyenne**	**T :** 234	**M :** 5,3

Tableau 7.1. Nombre des titres qui constituent le corpus du CE, distribués selon la période analysée. La colonne du milieu présente la fréquence absolue des titres alors que la colonne à droite, présente la moyenne de titres par numéro.

7.1.1.2 Le type de titre

L'emplacement du titre dans un journal -au-delà de sa taille, couleur et typographie que nous ne considérerons pas ici- nous donne d'information sur l'importance attribuée à l'événement auquel on fait référence. Il peut aussi être étroitement lié à la logique interne du

journal. Les titres que nous avons sélectionnés pour cette étude devaient, tout d'abord, faire référence directe ou indirecte au personnage politique choisi. Cette condition nous a menée à écarter de l'analyse les rubriques où ces références étaient peu probables, notamment les pages 6 et 7, de critique d'art et de médias du *Canard enchaîné*.

Les titres d'un journal peuvent, au premier abord, être différenciés selon qu'ils se trouvent à la Une, à la Fausse Une ou à l'intérieur du journal. La Figure 7.2. rend compte de la distribution de six catégories de titres considérés dans notre corpus. La plupart des titres qui portent sur Jacques Chirac se placent à l'intérieur du *Canard enchaîné* (69%). 37% sont des titres des articles et 32% des échos de la page deux de la rubrique *La Mare aux Canards*. Il faut mentionner que le nombre de titres –tous les sujets confondus- que l'on trouve dans cette page, est supérieur à la moyenne à cause de la petite taille des échos.

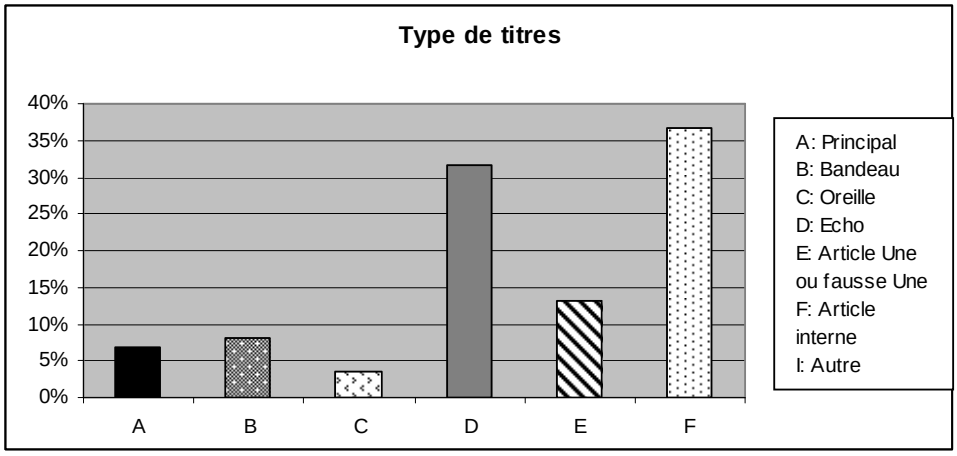


Figure 7.2. Type de titres qui constituent le corpus du CE.

La Une, la « lettre de présentation » d'un journal, est composée de différentes catégories de titres. Il y a le titre principal, qui aborde celui que l'on considère comme l'événement principal de la semaine ; le bandeau qui renvoie à des nouvelles qui seront traitées à l'intérieur du journal, et les titres des articles qui sont développés dans cette première page. L'oreille mérite une ligne à part car elle a sa particularité dans le CE. Il s'agit d'une phrase qui commence dans l'oreille gauche et qui finit dans l'oreille droite et qui est présenté par deux canards, un mâle avec un chapeau et un nœud papillon à gauche, et une femelle avec un chapeau et une fleur, à droite. Il y a deux paires d'oreilles par semaine, à la Une et à la Fausse Une du journal. Si nous faisons attention aux pourcentages des titres placés dans la première et la dernière page, nous constatons que ce sont les articles les plus nombreux (13%), suivis par les bandeaux (8%), les titres principaux (7%), et les oreilles (3%).

7.1.2 Dimensions qui correspondent au niveau du contenu

7.1.2.1 Les personnages

La plupart des titres ne font référence qu'à Jacques Chirac (42%), associé souvent à la politique intérieure, ce qui nous fait penser que le Président apparaît, pour le CE, comme le principal responsable des actions du gouvernement. En effet, les titres portant sur Jacques Chirac et son Premier Ministre ne se trouvent qu'en troisième place avec 12% des cas. La

deuxième place est pour le Président et ses partisans et amis politiques (16%) alors que le chef de l'Etat et ses adversaires politiques atteignent 10% des cas. Quant à la politique extérieure, 9% de titres font référence à J. Chirac et à des gouvernants étrangers (voir la Figure 7.3.). A partir de ces données, nous pouvons dire que dans 47% des titres, Chirac apparaît avec des hommes ou femmes politiques. Le 11% restant se distribue entre la famille Chirac, le peuple ou les citoyens français, les médias et d'autres personnes non spécifiées.

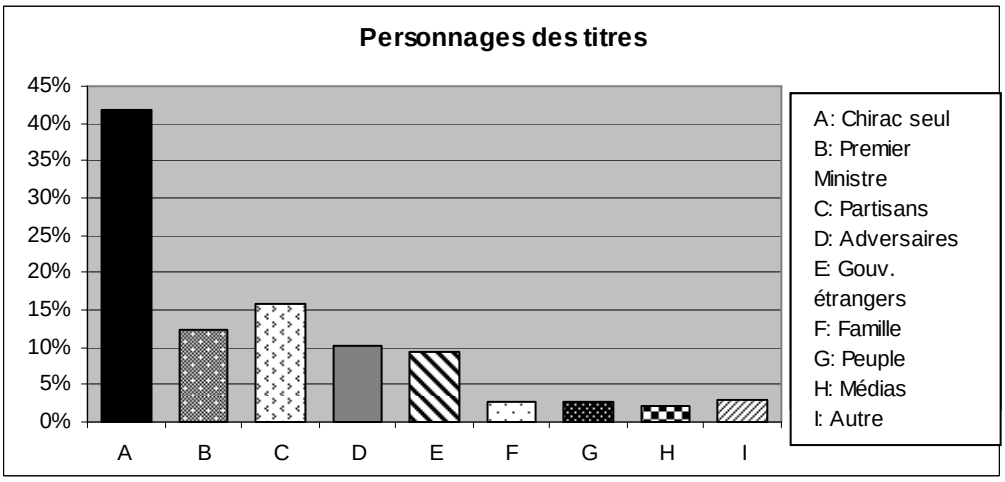


Figure 7.3. Personnages auxquels on fait référence -directe ou indirectement- dans les titres qui constituent le corpus du CE. Il faut mentionner que toutes les modalités ont J. Chirac comme élément commun.

7.1.2.2 Les thématiques abordées

Certains thèmes qui caractérisent les titres de notre corpus répondent, de façon directe, aux périodes sélectionnées. C'est le cas de la thématique qui atteint le pourcentage le plus élevé (24%) (voir la Figure 7.4.) et qui porte sur les événements de participation citoyenne, tels que les élections présidentielles et/ou législatives (1997 et 2002) et le référendum de 2005. La deuxième thématique se réfère à la communication politique, les relations publiques et l'opinion publique liées au Président (21%) et la troisième aux affaires de corruption ou de malhonnêteté dans lesquelles le Président pourrait être impliqué (13%). Puis on trouve les actions entamées par le gouvernement (10%) et l'utilisation controversée du pouvoir, dont la dissolution de l'Assemblée Nationale (3%). Des sujets divers en matière de politique intérieure sont regroupés sous la catégorie *autre*, qui réunit 4% des cas. Au total, trois quarts des titres portent exclusivement sur la politique intérieure de la France, ce qui correspond au profil du journal.

Nous avons identifié deux groupes en matière de politique extérieure: les actions militaires de la France (y compris la communication du Président sur ces sujets) et les actions diplomatiques et négociations du pays ; chaque catégorie avec 8% des titres. Le 9% restant est pour les thématiques mixtes, qui peuvent porter sur la politique intérieure et/ou extérieure.

Il faut dire que si nous espérions trouver certains sujets à cause du contexte étudié, il y en a d'autres moins évidents qui sont apparus, comme c'est le cas des affaires de corruption, et sur lequel nous reviendrons plus tard.

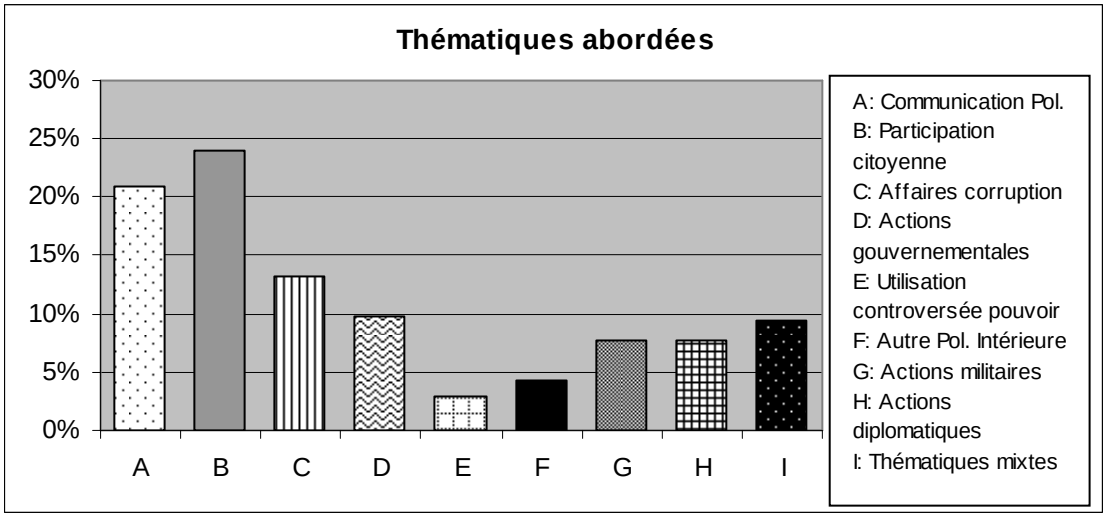


Figure 7.4. Thématiques abordées dans les titres qui constituent le corpus du CE.

7.1.2.3 Les rapports des personnages

Seulement la moitié des titres construisent des rapports entre les personnages (voir la Figure 7.1). L'autre moitié se distribue de façon très équilibrée : 26% édifient des rapports de collaboration et 24% de rapports d'antagonisme. On peut alors dire qu'il n'y a pas, de manière générale, une prédilection de la part des journalistes pour des titres centrés sur la collaboration ou sur la confrontation.

7.1.2.4 Les traits de caractère du personnage

Comme nous l'avons signalé dans le chapitre 5, chaque catégorie réunissant un groupe de traits de caractère a été délimitée en traits positifs et négatifs. Du fait qu'il s'agit de la presse satirique, il n'est pas étonnant d'apprendre qu'une bonne partie des traits est négative. Ce résultat va dans le sens d'une de nos hypothèses de travail. Les traits négatifs représentent 84%, sur un total de 316 occurrences (les catégories n'étant pas mutuellement exclusives). La totalité des cas nous permet de vérifier l'importance de cet aspect dans la construction de l'image du personnage.

Notre première classification des traits[291] est délimitée en quatre sous-dimensions qui comprennent, dans l'ensemble, quatorze catégories : deux qui se réfèrent à la compétence, trois à l'intégrité, quatre à la fiabilité, et les cinq restant au charisme et à l'empathie du personnage. Le Tableau 7.2. rend compte des catégories à l'intérieur de chaque sous-dimension d'analyse. Alors que toutes les catégories ont été identifiées dans les traits négatifs, ce n'est pas le cas pour les traits positifs. Un caractère spécial signale la présence des traits négatifs et/ou positifs dans chaque catégorie d'analyse.

[291] Compte tenu de la faible fréquence de certaines catégories, cette classification sera légèrement modifiée dans des analyses ultérieures présentées dans ce chapitre.

Sous-dimensions des traits de caractère	Catégories	Présence de traits négatifs	Présence de traits positifs
Compétence	- Formation et Intelligence logique	X	X
	- Efficacité	X	X
Intégrité	- Modestie	X	X
	- Morale	X	
	- Sincérité	X	
Fiabilité	- Stabilité émotionnelle et rationalité	X	X
	- Capacité de décision	X	X
	- Loyauté	X	X
	- Responsabilité	X	X
Charisme et Empathie	- Attributs physiques	X	X
	- Aptitudes communicationnelles	X	X
	- Autorité	X	X
	- Aptitudes empathiques	X	
	- Popularité	X	X

Tableau 7.2. La dimension de traits de caractère présentée en fonction de ses sous-dimensions et catégories d'analyse.

Nous commencerons par la distribution du nombre de traits observés par titre [voir la Figure 7.5. (a)]. Trois quarts du total présentent entre un et quatre traits, le cas de figure le plus commun étant celui d'un seul trait, avec 57% d'occurrences. Ensuite, il faut mentionner les cas où deux traits sont présents (22%). Seulement 6% des titres présentent une combinaison de trois ou quatre traits. Une combinaison majeure de traits dans les titres réside dans une plus grande richesse langagière, qui est bien évidemment plus difficile et longue à obtenir. Il faut dire enfin, que 15% des titres ne présentent pas de traits de caractère négatifs.

Nous continuerons avec le cas des traits négatifs. Les critiques les plus fréquentes faites à J. Chirac reposent sur l'intégrité et le charisme et l'empathie du personnage, comme il peut être apprécié dans la Figure 7.5. (b). C'est la fiabilité qui vient en deuxième place, suivie de tout près par la compétence.

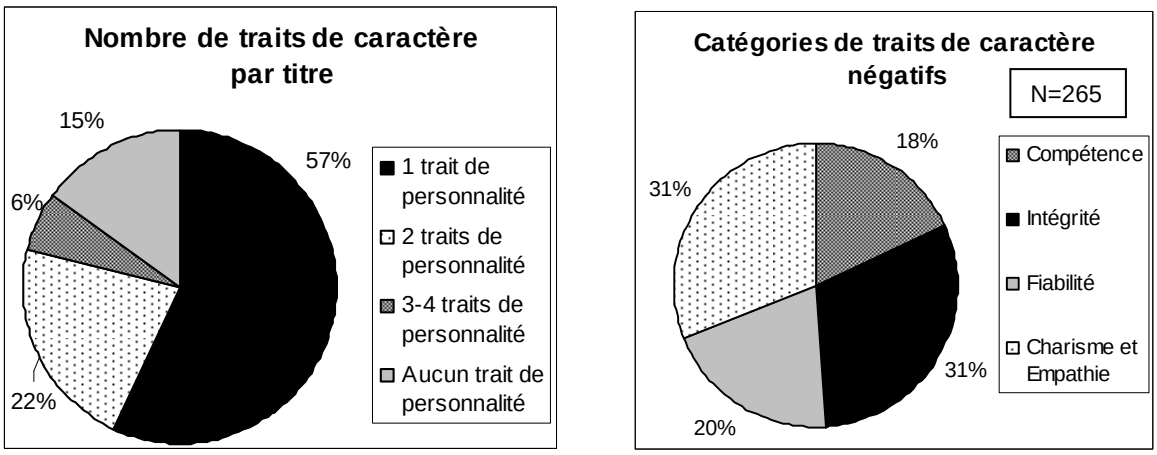


Figure 7.5. (a) A gauche, distribution du nombre de traits négatifs et positifs de la figure présidentielle détectés par titre dans le corpus du CE. **(b)** A droite, distribution des quatre groupes de catégories de traits négatifs.

Or, comment ces traits de caractère négatifs sont-ils distribués ? La représentation graphique de la Figure 7.6. nous permet rapidement d'identifier l'attribut de malhonnête, corrompu et sans scrupules comme le plus caractéristique du personnage Chirac crée par les titres considérés, avec 18% des occurrences. On voit encore une fois que l'intégrité du personnage est un terrain de choix quand il s'agit de dénoncer, critiquer et tourner en dérision le chef de l'Etat, d'autant plus que le deuxième attribut en importance est celui de menteur, opportuniste, hypocrite et trompeur (12%). Le même pourcentage atteint l'attribut d'inefficace, inopérant, perdant et gaspilleur, qui correspond à la compétence. L'impopularité est un autre trait privilégié par le CE (11%), dans le domaine du charisme et de l'empathie. Ensuite, il faut citer la catégorie qui porte sur le manque de stabilité émotionnelle et de rationalité du personnage (10%) ainsi que sa mauvaise communication, sa pauvre capacité à convaincre et le fait de faire un spectacle de la politique (10% également). L'attribut qui représente J. Chirac comme dépourvu d'autorité comprend 7% des titres, suivi par le manque de lucidité, d'intelligence, d'inventivité et la maladresse (6% des cas). Les deux catégories qui suivent (4%) s'encadrent dans le manque de fiabilité attribuée à J. Chirac : son côté incertain, influençable et non confiant en soi, d'une part ; sa déloyauté, notamment vis-à-vis de ses promesses, d'autre part. Avec un pourcentage égal ou inférieur à 2, enfin, il faut mentionner les attributs « d'irresponsable et frivole » ; de « méprisant » ; « vaniteux et ambitieux » ; et de « mauvaise apparence et faiblesse ».

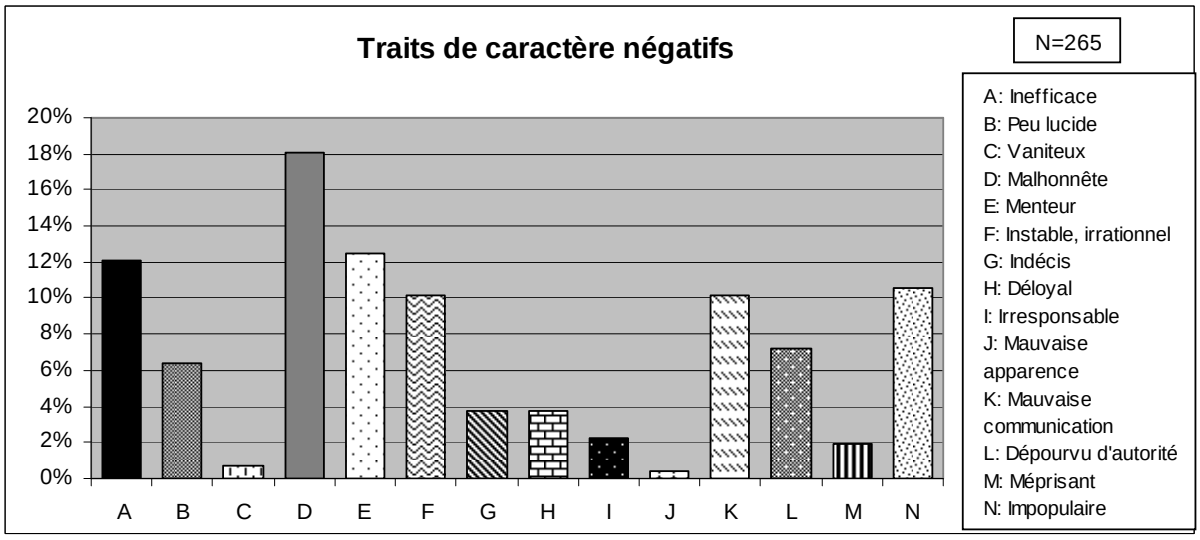


Figure 7.6. Distribution des traits de personnalité négatifs de la figure présidentielle détectés dans les titres qui constituent le corpus du CE. Les barres sont présentées ordonnées par catégories d'analyse : les deux premières à gauche appartiennent à la compétence, les trois qui suivent à l'intégrité, les quatre suivantes à la fiabilité, et les cinq restant, à droite, au charisme et à l'empathie du personnage.

En ce qui concerne les rares cas (51 occurrences sur un total de 316) où l'on trouve des traits positifs, ils se distribuent d'une manière bien moins équilibrée que pour les traits négatifs (voir la Figure 7.7.). Presque la moitié (46%) correspond au charisme et à l'empathie du président, 36% à sa fiabilité, 16% à sa compétence et 2% seulement à son intégrité. Ces chiffres sont révélateurs : pour les journalistes du CE, le côté fort de J. Chirac est son charisme et son empathie alors que le plus faible est son intégrité.

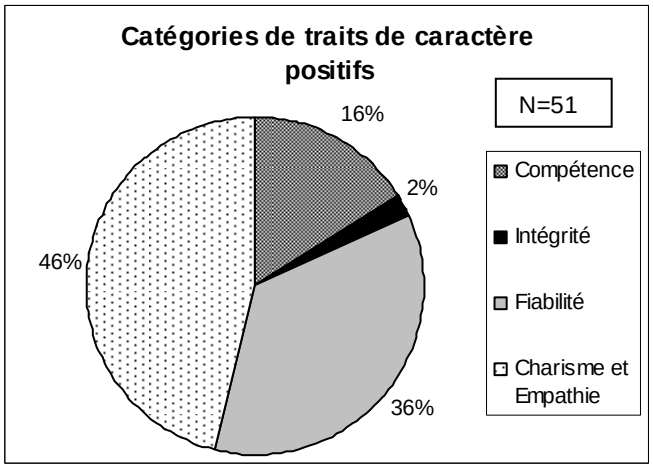


Figure 7.7. Les quatre groupes de catégories de traits de personnalité positifs détectés dans les titres qui constituent le corpus du CE.

Comment ces traits de caractère positifs sont-ils distribués ? Comme nous l'avons observé dans le Tableau 7.2., sur quatorze catégories crées pour comprendre l'ensemble de traits de caractère de l'homme politique, on en trouve onze parmi les traits positifs. La présentation du président comme pourvu d'autorité apparaît en première place, avec 33% des cas, suivie par l'attribut de décidé, fort de conviction et confiant en soi (20%). Sa loyauté occupe la troisième place, avec 12% des titres. Ensuite, il faut mentionner sa popularité

(10%) ; son efficacité et opérativité, ainsi que sa lucidité et habileté (chacune de ces deux catégories représentent 8% des titres). Partagés avec 2% seulement, on trouve la représentation du Président comme honnête ; stable et rationnel ; responsable ; élégant ; et communicatif (voir la Figure 7.8.).

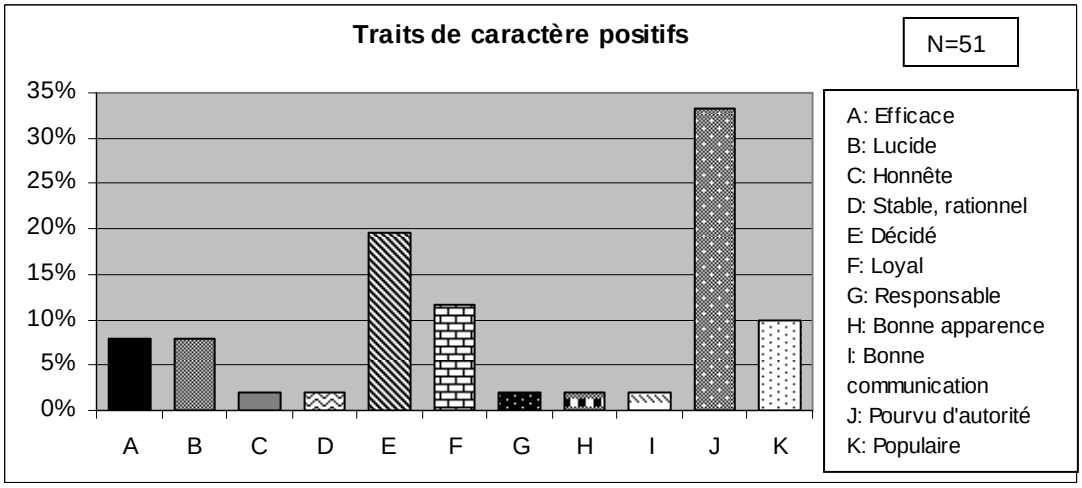


Figure 7.8. Distribution des traits positifs identifiés dans les titres qui constituent le corpus du CE. Les barres sont présentées ordonnées par catégories d'analyse : les deux premières à gauche appartiennent à la compétence, la suivante à l'intégrité, les quatre qui suivent à la fiabilité, et les quatre restant, à droite, au charisme et à l'empathie du personnage.

Il est important de signaler que les traits positifs sont souvent relatifs. Par exemple, quand on présente le Président comme pourvu d'autorité, il est fréquent d'observer que l'aspect critiqué dans le titre est plutôt contre le Premier Ministre, le chef du gouvernement étant ainsi rendu responsable de l'action négative critiquée. Un autre cas est le fait de le présenter comme loyal. Il arrive avec une certaine récurrence que cette loyauté existe vis-à-vis des gens qui sont accusés d'être impliqués dans des affaires douteuses.

7.1.3 Dimensions qui correspondent au niveau de la forme

7.1.3.1 Registre de langue

Passons ensuite aux registres de langue identifiés dans les titres. Presque trois tiers d'entre eux correspondent au registre courant, 21% au registre familier et seulement 6% au registre populaire ou vulgaire (voir la Figure 7.9.). Ces résultats peuvent surprendre un peu car l'une des possibles caractéristiques de la satire est l'utilisation d'un langage familier et parfois un peu grossier même, en décalage avec la presse traditionnelle (voir la section 3.2.). Le CE fait peu recours au langage vulgaire et les phrases appartenant à ce registre que l'on trouve sont souvent des citations des expressions que Jacques Chirac aurait lui-même utilisées dans son cercle privé et qui auraient été transmises aux journalistes du journal. Ces expressions ont contribué justement à la construction de l'image d'un personnage qui aime cette façon populaire et vulgaire de parler. Voici deux exemples : « Il faut remuer le cul ! » (13/04/2005) ou « On les a bien niqués ! » (12/06/2002). D'un autre point de vue, le fait que le CE utilise des expressions familières et vulgaires sans en abuser, lui permet de maintenir un

certain niveau dans la façon de s'exprimer, en concordance avec l'image d'un lectorat cultivé et instruit.

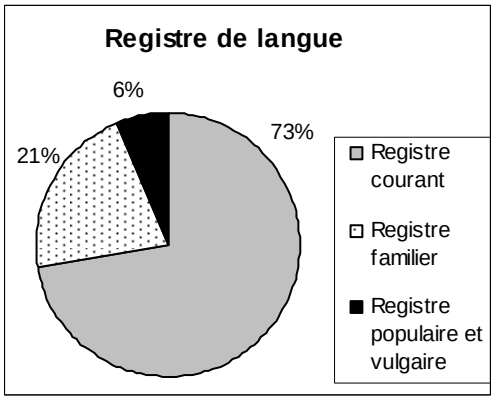


Figure 7.9. Les trois catégories qui rendent compte du registre de langue détecté dans les titres qui constituent le corpus du CE.

7.1.3.2 Les figures rhétoriques

L'analyse sémio-linguistique et stylistique appliquée aux titres du *Canard enchaîné* qui traitent de Jacques Chirac nous a permis d'observer une grande richesse dans l'utilisation des figures rhétoriques car nous avons détecté une proportion de presque deux figures par titre : 453 en total, y compris les cas dans lesquels des figures appartenant au même groupe apparaissent plus d'une fois dans un titre. Cette richesse se reflète aussi dans le nombre de types de figures différentes, qui s'élève à 53. Si nous nous limitons à comptabiliser une seule fois par titre la présence d'un type de figure donné selon les huit groupes conformés, le total est également important réunissant 408 figures.

Bien qu'il y ait certains groupes de figures plus usuels que d'autres, leur distribution est, à l'exception de deux cas, assez uniforme. Ceci nous indique que l'hebdomadaire français utilise de manière assez équilibrée la totalité des groupes de figures. Les types de figures les plus employés sont les figures de double sens, les figures d'association, les figures de pensée, les figures de construction, l'ironie et ses variantes (voir le Tableau 7.3.). Elles sont suivies par les métaphores fixes et lexicalisées, les figures de mots et enfin, les figures de contiguïté. Ce sont donc les figures qui jouent avec la polysémie et l'ambiguïté du langage, avec l'implicite ou l'intensité, ou celles qui font des analogies, les plus nombreuses dans notre corpus.

Fig. de mots	Fig. de contiguïté	Métaphores fixes	Fig. d' associa-tion	Fig. de double sens	Fig. de construc-tion	Ironie et variantes	Fig. de pensée	TOTAL
32	28	49	62	66	56	52	63	408
8%	7%	12%	15%	16%	14%	13%	15%	100%

Tableau 7.3. Total de figures rhétoriques différentes identifiées dans les titres du corpus, présentées par groupe. Dans les cas où des figures appartenant au même groupe ont été détectées dans un même titre, elles n'ont été comptabilisées qu'une seule fois.

Des 408 figures différentes identifiées, 45% ne présentent pas de combinaisons entre figures, 31% combinent deux types de figures différentes, 18% combinent trois types de

figures et 6% le font avec quatre ou au maximum six figures différentes. Les résultats sont ceux que nous attendions: les cas les plus fréquents sont ceux où il n'y a pas de combinaison o bien où il n'y a qu'une seule combinaison, représentant trois quarts du total. Nous croyons que la richesse stylistique des titres est directement proportionnelle au temps de leur élaboration, un sujet capital dans le journalisme, y compris dans le cas d'un hebdomadaire.

Nous avons fait référence, jusqu'à présent, à la distribution de figures selon les huit groupes conformés. Il nous intéresse maintenant de savoir quelles sont les figures rhétoriques les plus représentatives de chaque groupe, en considérant les figures appartenant au même groupe qui ont été détectées dans un titre ainsi que les répétitions d'une même figure.

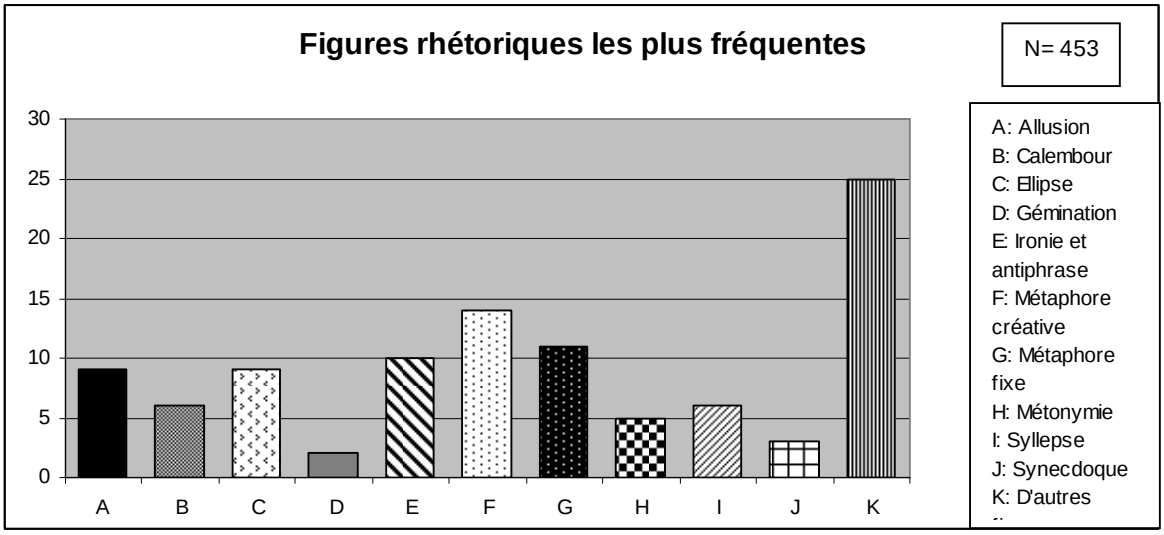


Figure 7.10. Variété de figures rhétoriques les plus récurrentes dans notre corpus de titres, y compris les cas de plus d'une figure du même groupe par titre ou de répétitions d'une même figure.

La Figure 7.10. montre que les figures détaillées réunissent 75% des données, les plus habituelles étant les figures d'association qui comprennent majoritairement des métaphores créatives; des métaphores fixes et lexicalisées ; et l'ironie et l'antiphrase. De l'ensemble de figures de mots, la plus usuelle est la gémination quoique son pourcentage reste très bas; des figures de sens, les plus fréquentes sont le calembour et la syllepse; des figures de construction, l'ellipse; et des figures de pensée, l'allusion. Quant aux figures de contiguïté, les métonymies sont plus nombreuses que les synecdoques. Nous analyserons plus en détail l'emploi que le CE fait de ces procédés rhétorico-stylistiques dans le chapitre consacré aux recours de l'humour et de la satire.

7.1.3.3 Les références culturelles

Même si dans la plupart des titres (65%), on ne fait pas recours à des références étrangères à l'univers de l'événement abordé, 81 titres démontrent que le rôle de ces références peut être important. Nous avons cherché à connaître les caractéristiques de ces références, en classifiant les thèmes traitées, l'échelle, le mode dont la référence culturelle est actualisée, et le type de savoir mobilisé. Quant au premier, la Figure 7.11. met en évidence la suprématie de références liées au langage (31% des cas), concrètement des proverbes et des expressions figées ou familières qui ne peuvent pas être considérées comme des métaphores

figées. Ensuite, les références géographiques, historiques, politiques et institutionnelles atteignent 20% des cas, et celles liées à l'art, la philosophie et des disciplines voisines 16%. Les références qui suivent sont assez proches entre elles : celles qui renvoient à des symboles, traditions et religions comprennent 12% des titres ; celles relatives aux produits et personnages médiatiques 11% et celles sur des jeux, sports et personnages sportifs 10%. Ces pourcentages exhibent une claire prédilection, de la part des journalistes du CE, pour des questions langagières quand il s'agit d'établir des liens non directs avec le fait de l'actualité abordé. On fait parfois recours à la familiarité d'un proverbe ou d'une expression et l'on cherche l'effet comique à partir de leur détournement: il ne s'agit de rien d'autre que de la rupture du prévisible évoqué dans le premier chapitre.

Compte tenu du profil politique des principaux sujets traités dans le CE, il n'est pas étonnant que les références géographiques, historiques, politiques et institutionnelles occupent la deuxième place. La préférence pour l'art et des disciplines comme la philosophie au-dessus des médias, par exemple, nous fait penser que le niveau culturel des journalistes et de son lectorat est assez élevé.

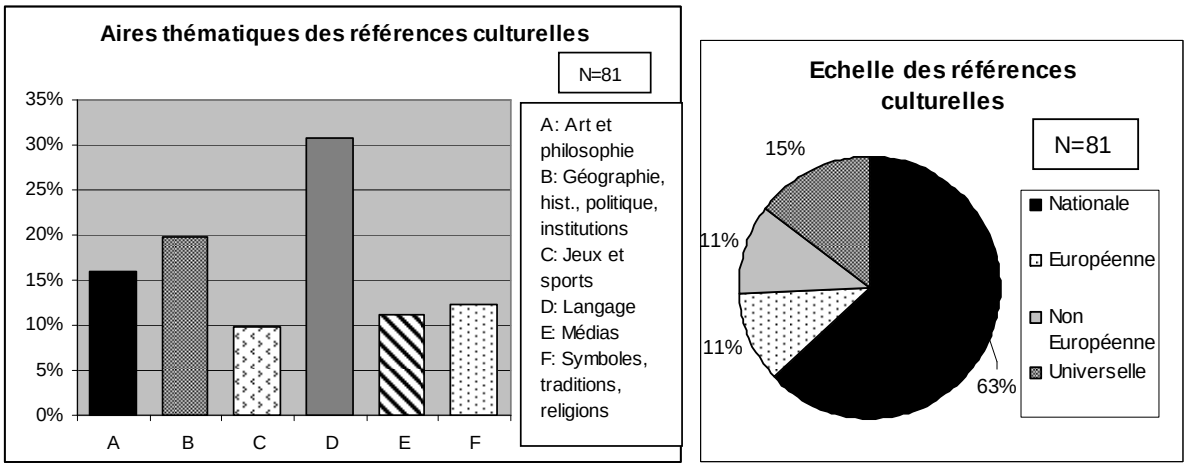


Figure 7.11. (a) A gauche, les domaines mobilisés dans les références culturelles identifiées dans les titres du CE pendant les quatre périodes analysées. **(b)** A droite, distribution des références culturelles selon leur échelle.

Or, que se passe-t-il avec le type de savoir mobilisé ? Le savoir populaire reste pourtant bien mieux placé que le savoir cultivé ou spécialisé, avec 75% des cas. On voit donc que les titres du CE s'appuient sur la familiarité et le côté populaire des savoirs exigés pour leur interprétation, avec notamment un langage riche en expressions familières et figées et en proverbes mais dont le registre de langue prédominant est courant. Ces titres vacillent donc entre un côté plus populaire et familier, propre de la satire, et l'intérêt d'actualiser des savoirs un peu plus spécifiques, qui soient accordes au profil de son lectorat.

Par rapport à l'échelle des références culturelles [voir la Figure 7.11. (b)], nous constatons que la plupart reste ancrée dans l'Hexagone, avec 63% des cas. Les références universelles viennent en deuxième place (15%), et les références européennes et non européennes représentent, chacune, 11% des titres. Ces résultats nous font penser à l'une des critiques des journalistes et dessinateurs du CE, qui avouent que le journal est « trop franco-français », ne donnant que très peu de place à la politique étrangère (voir la section 3.3.6.1.).

Ce serait possible que cette restriction ait une certaine incidence dans la sélection des références culturelles actualisées dans les titres.

La dernière catégorie que nous présenterons dans cette section correspond au mode d'actualisation des références culturelles non liées directement avec le fait de l'actualité abordé: 56% sont des références directes et 44% des références indirectes. On voit ainsi une certaine prédilection pour les formes explicites.

Après avoir décrit la distribution de fréquences de toutes les dimensions d'analyse considérées dans les titres du CE, nous nous intéresserons à la relation de certaines d'entre elles. D'abord, en nous centrant sur la façon dont la période étudiée et le type de titre interviennent dans la distribution des autres dimensions. Ensuite, en faisant attention à la distribution intradimensionnelle de trois cas ; puis à l'interaction de certaines dimensions. Nous finirons avec une analyse macro en essayant de voir comment interagissent toutes les dimensions d'analyse.

7.2 Distribution des titres selon la période et le type de titre pour différentes dimensions de contenu et de forme

Deux de nos dimensions d'analyse décrivent les titres d'après leur contexte temporel et éditorial : la période et le type de titre. Ce dernier est déterminé par sa hiérarchie par rapport aux autres titres ainsi que par son emplacement dans le journal. Nous nous attendons à voir une certaine variation des titres en fonction de ces aspects. Dans le cas qui concerne leur emplacement dans le journal, rappelons-nous que de fait, notre sélection des titres obéit à un critère thématique –ils doivent porter sur le Président Chirac-, ce qui conditionne l'endroit où ils vont se placer. Même si la politique est presque omniprésente dans les pages du CE, il y a aussi des rubriques de critique artistique et médiatique fixes. Puis il y a d'autres rubriques politiques fixes mais dont l'absence de titres nous a menée à les écarter de notre analyse.

Afin de vérifier s'il existe une dépendance entre la période ou le type de titre et les autres dimensions de contenu et de forme, nous appliquerons le test χ^2 (voir la section 5.2.2.3.). Le Tableau 7.4. correspond à l'ensemble de valeurs de χ^2. Pour rappel, pour nos calculs, nous avons choisi une valeur de probabilité seuil de 0,01. Ainsi, quand la p-valeur est égale ou inférieure à 0,01, nous rejetons l'hypothèse nulle d'indépendance entre les deux variables étudiées.

		DIMENSIONS ET CATÉGORIES D'ANALYSE	DIMENSIONS DE CARACTÉRISATION	
			PÉRIODE	TYPE DE TITRE
DIMENSIONS DE CONTENU (le *quoi*)		Personnages	**48.5** (d.l. 24 ; p=0.002)	43.7 (d.l. 40 ; p=0.32)
		Thématique abordée	**121** (d.l. 24 ; p=0.0001)	**87.2** (d.l. 40 ; p=0.0001)
		Rapports de personnages	5.98 (d.l. 6 ; p=0.43)	17.6 (d.l. 10 ; p=0.061)
		Traits de caractère négatifs	**59,70** (d.l. 27 ; p=0.001)	**58.51** (d.l.45 ; p=0.085)
DIMENSIONS DE LA FORME (le *comment*)		Registre de langue	4.80 (d.l. 6 ; p=0.57)	9.12 (d.l. 10 ; p=0.52)
		Figures rhétoriques	29.19 (d.l. 21 ; p=0.11)	40.34 (d.l.35 ; p=0.25)
	Références culturelles	Thèmes de références culturelles	10.9 (d.l. 18 ; p=0.90)	**49.1** (d.l. 30 ; p=0.015)
		Echelle de références culturelles	7.24 (d.l. 12 ; p=0.841)	**35.8** (d.l. 20 ; p=0.016)
		Mode de références culturelles	11.5 (d.l. 6 ; p=0.074)	**30.0** (d.l. 10 ; p=0.001)
		Type de savoir mobilisé	1.51 (d.l. 6 ; p=0.96)	**31.1** (d.l. 10 ; p=0.001)

Tableau 7.4. Valeurs de χ^2, avec les degrés de liberté et la valeur de probabilité, de toutes les dimensions d'analyse par rapport à la période étudiée et au type de titre. Les valeurs en gras correspondent aux cas dans lesquels l'hypothèse nulle (ou d'indépendance) a été rejetée.

Le test de χ^2 a été très fructueux car il a rendu possible de voir que les différentes dimensions considérées dans notre étude n'interviennent pas de manière équivalente par rapport aux contextes temporels et aux titres. Il y a des dimensions qui présentent une association avec les deux variables, d'autres où il n'y a pas d'association, et d'autres, encore, qui ne varient qu'en fonction d'une des deux variables. La période marque clairement une distinction entre le *quoi* et le *comment* de nos objets d'étude. Tandis que le contenu y est directement lié, les procédés comiques et satiriques ne manifestent pas de dépendance, c'est-à-dire qu'ils restent stables au cours du temps.

Voyons en détail chaque dimension étudiée, en commençant par celles croisées avec la période étudiée. Comme nous le prévoyions, les personnages auxquels on fait référence dans les titres varient fortement en fonction du contexte étudié (χ^2=48.5 ; p=0.002). S'il y a de la dépendance entre les personnages et les périodes, il est prévisible que les thématiques dépendent aussi du contexte socio-politique analysé. Les résultats confirment ceci avec un très haut niveau de certitude (χ^2=121 ; p=0.0001).

L'une des questions que nous nous posions lors des analyses et que nous espérions vérifier était que les traits de caractère du personnage Chirac dépendent du contexte temporel étudié. Les résultats nous ont permis de prouver cette dépendance de manière accablante (χ^2=59.70 ; p=0.001).

Quant aux références culturelles auxquelles on fait appel dans les titres, ni leur thématique, ni leur échelle, mode ou savoir mobilisé n'indiquent de dépendance avec les périodes étudiées.

Que se passe-t-il si l'on s'intéresse au type de titre ? On voit qu'il n'y a pas de variation significative des personnes dont il est question dans les différents types de titres analysés. On constate, au contraire, une très forte association dans les thématiques abordées (χ^2= 87.2 ;

p=0.0001), c'est-à-dire qu'il y a des thèmes qui ont plus de chances d'apparaître dans certains titres que dans d'autres.

La nature du titre –définie, rappelons-le, par sa hiérarchie par rapport au reste des éléments dans la page ainsi que par son emplacement- a une dépendance avec les classes de traits de caractère (χ^2=58.51 ; p=0.085). Nous enquêterons davantage sur cette relation un peu plus bas.

Les références culturelles présentent aussi une association avec le type de titre. Cela veut dire que l'on va privilégier certaines références au-dessus des autres selon la nature du titre. Ces données nous surprennent un peu et nous les analyserons avec plus de détail dans l'analyse multivariée de la section 7.3.3.

Parmi les variables d'analyse qui ne présentent aucune relation avec la période et le type de titre, il faut citer le registre de langue, les figures rhétoriques et les rapports que les journalistes du CE attribuent aux personnages des titres. Ainsi, les procédés langagiers, que ce soit au niveau du registre ou du style, constituent des invariants par rapport à la date et au type de titre. Quant aux rapports des personnages, où l'on pouvait s'attendre à trouver une certaine différence en fonction du contexte, on peut dire que ceux-ci ont tendance à rester stables, comme d'antagonisme, de collaboration ou neutres selon le cas.

Une fois que nous avons identifié les dimensions qui ont une interdépendance avec les deux variables en question, il est intéressant de connaître plus en profondeur les modalités qui sont significativement différentes dans le croisement de deux variables. Nous avons alors calculé l'écart résiduel standardisé, qui permet de connaître les cases qui sont sur ou sous représentées dans un tableau de contingence, par rapport à la fréquence observée et la fréquence attendue. La totalité des calculs sont présentés dans les annexes, avec les cas de sur et sous-représentation.

7.2.1 Les personnages

Pour le cas d'interdépendance entre les personnages dont il est question dans les titres et la période, on observe que les titres qui portent sur le Président et son Premier Ministre sont surreprésentés en 1997 et sous-représentés en 2002. Ceci pourrait s'expliquer par le fait que pour le CE, la dissolution de 1997 a été plus orchestrée par Alain Juppé que par Jacques Chirac. En plus, les deux dirigeants se sont engagés dans la campagne législative. En 2002, au contraire, la période analysée comprend majoritairement la campagne présidentielle et donc l'accent est davantage mis sur les candidats. La période de 2002 se caractérise aussi, par une surreprésentation des titres qui traitent de Jacques Chirac et sa famille. Rappelons-nous que cette période est associée aux titres qui se réfèrent aux cas de malversation de fonds liés aux dépenses alimentaires de la famille Chirac à l'époque où le président était maire de Paris. En 2005, il existe une surreprésentation des titres qui portent sur le chef de l'Etat et les citoyens français. C'est l'époque du référendum et J. Chirac s'y était engagé activement, en augmentant ses apparitions médiatiques. Il y a eu une intervention très suivie par l'hebdomadaire satirique, dans laquelle on avait planifié un débat entre lui et des jeunes.

7.2.2 Les thématiques abordées

L'association entre les thématiques abordées dans les titres et les périodes considérées est très nette et le nombre de cases qui apparaissent sur ou sous-représentées après le calcul de l'écart résiduel standardisé est important. Ainsi, en 1995 il existe une haute surreprésentation des thématiques qui se réfèrent à des actions militaires (liées à la guerre de Kosovo et la reprise des essais nucléaires). On constate également une surreprésentation des titres portant sur les actions gouvernementales, rappelons que c'est le début du gouvernement de Jacques Chirac et Alain Juppé. Les thématiques qui sont sous-représentées sont les sujets mixtes et les événements de participation citoyenne, beaucoup plus présents dans d'autres périodes. En effet, ce type d'événements sont surreprésentés autant en 1997 qu'en 2005. Ce sont des périodes très fortement marquées par le suffrage. Cela serait aussi valable pour les mois qui constituent le corpus de l'année 2002 et pourtant ce n'est pas le cas. Cette période met davantage l'accent sur des affaires de corruption dans lesquels le président pourrait être impliqué et sur des faits d'actualité mixtes. Ce résultat est très significatif.

La période de 1997 se caractérise aussi par des titres qui se réfèrent à des actions controversées entreprises par le Président. Il est ici question de la dissolution de l'Assemblée Nationale. Les thèmes de corruption sont au contraire sous-représentés dans cette période. Quant à la période de 2005, il faut aussi mentionner comme un cas de surreprésentation les titres sur des actions diplomatiques et négociations de la France avec des pays étrangers. Plusieurs éléments peuvent être évoqués pour expliquer ceci dont la mort du Pape Jean-Paul II, « l'invasion » -selon le CE- du textile chinois et les rapports entre les pays africains et la France.

Les derniers cas que nous allons considérer correspondent à l'année 2002. Il s'agit d'une période beaucoup plus centrée sur la politique intérieure de la France car les cas de sous-représentation appartiennent aux deux thématiques qui se réfèrent à la politique extérieure : les actions militaires de l'Hexagone et ses actions diplomatiques et commerciales.

Il est intéressant de voir, maintenant, comment certaines thématiques se distribuent dans le journal en fonction des caractéristiques de ses titres. Ce sont trois types de titres qui se différencient du reste dans cet aspect : le bandeau qui renvoie aux pages intérieures, le titre des échos de *La Mare aux Canards*, et les titres des articles qui sont à l'intérieur de l'hebdomadaire. Quant au premier, il existe une surreprésentation des cas qui abordent les événements de participation citoyenne, tels que le suffrage. On peut en conclure que pour le CE ils méritent d'être à la Une, si ce n'est pour être annoncés et puis développés à l'intérieur.

Dans le cas des échos, il est intéressant d'apprendre qu'ils sont surreprésentés lorsqu'ils font référence à la communication politique, les relations publiques et l'opinion publique liées au Président. La rubrique de la page deux est en effet l'espace par excellence du CE si l'on veut apprendre sur la vie politique, et les querelles entre les membres de la classe politique. Jacques Chirac est souvent l'objet de commentaires faits par des personnages du gouvernement ou de l'opposition, ou c'est lui-même l'auteur des commentaires sur des faits politiques, qui sont relevés par le journal. Les cas de corruption sont sous-représentés dans les échos. Il se peut qu'ils soient considérés comme des faits de grande importance ne pouvant pas être limités à un traitement si court et anecdotique comme c'est le cas des échos. Ils sont, au contraire, beaucoup plus présents que la moyenne dans les articles internes. La page 3 est

la place de préférence pour les enquêtes journalistiques, qui s'intéressent avec récurrence à des affaires douteuses. En plus de ces dernières, les titres des articles internes présentent plus que la moyenne des sujets liés à des actions diplomatiques de la France avec des pays étrangers. Les questions nationales qui se réfèrent à la communication politique du Président, aux avis portés sur lui ainsi qu'à des événements de participation citoyenne, sont sous-représentés dans ces titres.

7.2.3 Les traits de caractère négatifs du personnage

Grâce au test χ^2, nous avons appris que les traits de personnalité négatifs du personnage étudiés varient selon les périodes et les types de titres. Quels traits sont sur ou sous-représentés selon le contexte temporel ? Après le calcul de l'écart résiduel standardisé, on voit que trois modalités de traits de caractère se distinguent du reste dans au moins une période. En 1995, la combinaison de l'inefficacité avec l'impopularité (des attributs qui appartiennent à la compétence ainsi qu'au charisme et à l'empathie) est nulle, ce qui est compréhensible car Jacques Chirac vient de commencer son mandat. En échange, justement pour les mêmes raisons, il est surprenant d'apprendre que le manque d'autorité est surreprésenté. La période de 1997 ne se caractérise par aucun cas de sur ou sous-représentation. Alors que l'attribut de malhonnête est sous-représenté en 2005, il est surreprésenté en 2002. Ceci correspond à l'augmentation, en période de réélection, du traitement des sujets de corruption dans lesquels le président pourrait être impliqué. Dans cette période, on met davantage l'accent sur l'intégrité du personnage que sur la compétence ou le charisme –on détecte une sous-représentation de la modalité inefficace et impopulaire. Cette modalité est au contraire caractéristique de la période de 2005, époque où J. Chirac accomplit dix ans au pouvoir.

A partir du test χ^2, nous savons qu'il y a des types de titres qui mettent l'accent sur certains attributs du personnage au-dessus des autres. Ainsi, on voit qu'à l'exception des titres des articles qui se trouvent à la Une ou à la Fausse Une du journal, les catégories de titres considérés présentent au moins une case sur ou sous-représentée.

Il est très intéressant d'apprendre que les gros titres de la Une se distinguent du reste par la combinaison double ou triple de traits de caractère. Comme pour les figures rhétoriques, nous considérons que cette densité sémiotique intervenant dans la construction du personnage exige un effort plus important de la part des journalistes. Cette tâche devient trop complexe pour être appliquée à tous les types de titres, mais s'il y a une place où l'effort sera sûrement récompensé est le gros titre de la Une, le plus visible du journal, qui a pour fonction principale de présenter le/s grand/s événement/s de la semaine et d'attirer l'intérêt du lecteur.

Le bandeau se caractérise par une surreprésentation du personnage comme un mauvais communicateur, peu diplomatique et comme quelqu'un qui fait un spectacle de la politique ; tandis que les oreilles –les canards- insistent davantage sur l'inefficacité et le manque de lucidité du personnage. En ce qui concerne les échos, c'est l'attribut de malhonnête le moins traité –directement lié aux sujets de corruption qui sont aussi sous-représentés dans ces titres- alors que le traitement de J. Chirac comme instable, contradictoire, indécis et influençable dépasse la norme par sa surreprésentation. L'absence de traits de caractère est aussi une caractéristique de ces titres.

Les titres qui se placent dans les pages internes du journal tendent, au contraire, à présenter des traits de caractère, la modalité *aucun trait* étant ici sous-représentée. C'est le qualificatif de malhonnête celui qui se distingue du reste par une surreprésentation. Ceci coïncide avec ce que nous avons dit auparavant sur l'abondance de thématiques de corruption dans ce type de titres.

7.2.4 Les références culturelles

Nous avons vu que les quatre sous-dimensions qui constituent la dimension de références culturelles varient en fonction des types de titres dans lesquels ils apparaissent. A l'égard des thèmes de ces références, ce ne sont que les articles, que ce soit dans les pages externes ou internes du journal, qui présentent une variation significative par rapport au reste. Dans le cas des articles qui se placent à la Une ou Fausse Une, il existe une surreprésentation des titres qui font recours à des proverbes, des expressions familières ou figées et qui, de par leur nature, ne peuvent pas être classées comme des métaphores figées. Cette tendance est au contraire inverse dans le cas des titres des articles internes. Ceux-ci se caractérisent par l'absence de références culturelles. Ce résultat, qui indique la présence des références culturelles dans les articles des pages externes et leur absence dans les articles des pages internes, est valable pour toutes les sous-dimensions qui portent sur les références culturelles. On voit encore une fois qu'il y a une plus grande richesse langagière des titres qui se trouvent à la Une ou fausse Une du journal

En ce qui concerne l'échelle des références culturelles, les titres de la Une et fausse Une du journal présentent une surreprésentation des références européennes alors que les articles internes ont une sous-représentation des références nationales. A l'égard du mode des références, c'est-à-dire au fait qu'elles sont présentées de manière directe ou indirecte, ce sont les titres de la Une qui présentent des caractéristiques particulières. Le titre principal et les oreilles -que l'on pourrait considérer comme les deux titres les plus importants de la page par leur force d'attraction- se caractérisent par le mode indirect, interpellant ainsi fortement le lecteur dans l'interprétation du message. Les références des titres des articles développés dans la Une ou Fausse Une présentent, au contraire, une surreprésentation du mode direct. Le CE établit donc un jeu entre le niveau d'explicitation et l'implicite de sa Une, qui rend compte d'un usage varié de ces types de procédés satirico-humoristiques.

Dans le cas du savoir des références culturelles mobilisé, on trouve un cas similaire au précédent. Le titre principal fait davantage appel au savoir populaire alors que les oreilles privilégient des références qui actualisent un savoir cultivé ou spécialisé. Les articles de la première et dernière page ont une surreprésentation des deux types de savoir. Ceci s'explique par le fait que ce sont les titres qui font un plus grand recours aux références culturelles. Ainsi, on peut conclure que des titres mentionnés, les oreilles sont les plus complexes dans l'utilisation des références culturelles : ils mobilisent ces références de manière implicite et actualisent un savoir cultivé ou spécialisé.

Ces analyses nous ont permis de connaître avec plus de détail le comportement de toutes nos dimensions d'analyse par rapport à la période et le type de titre de forme isolée. Nous ferons par la suite, des analyses plus complexes pour connaître comment interagissent les catégories de nos macro-dimensions d'analyse.

7.3 Association des catégories à l'intérieur des macro-dimensions d'analyse

Du moment où certaines de nos dimensions sont constituées par des catégories non mutuellement exclusives, il nous semble intéressant de réaliser des analyses spécifiques afin d'étudier de quelle manière ces catégories s'associent entre elles. C'est le cas des figures rhétoriques et des traits de personnalité. La complexité de la dimension sur les références culturelles, composée de quatre sous-dimensions, justifie de l'inclure dans cette section pour analyser les cas d'association intradimension.

Nous utiliserons des méthodes d'Analyse multivariée. Le type d'analyse (Analyse Factorielle de Correspondances Simples, Analyse Factorielle de Correspondances Multiples, Analyse de Classification Hiérarchique Ascendante) sera défini pour chaque cas, en prenant en considération la distribution des fréquences des catégories pour chaque dimension. Le but principal des trois analyses qui suivent, est d'étudier le fonctionnement à l'intérieur de chaque dimension d'analyse. Dans deux des analyses, nous étudierons en plus, des rapports avec d'autres dimensions d'intérêt dont la période, le type de titre, le registre de langue et la thématique abordée.

7.3.1 La dimension sur les traits de caractère

Il sera ici question des différentes catégories qui constituent la dimension des traits de caractère identifiés dans le personnage Chirac à travers les titres du CE. Comme pour le cas des figures rhétoriques, il nous intéresse de connaître si la combinaison des traits garde un rapport avec la période des années étudiées et les types des titres analysés. Nous avons procédé à un test de χ^2, qui a mis en évidence une forte variation du nombre de combinaisons de traits en fonction du contexte temporel (χ^2=21.93 ; p=0.009). Dans le cas du type de titre – défini, rappelons-le, par sa hiérarchie en relation au reste des éléments dans la page ainsi que par son emplacement-, il maintient un rapport d'interdépendance avec le nombre de traits détectés (χ^2=40.95 ; p=0.0003). Cette information est de grand intérêt car cela veut dire que – comme nous l'avons vu précédemment- la densité sémiotique dans l'image qui émerge du Président ne se distribue pas de manière égale dans l'ensemble de titres.

De par la structure de cette dimension et sa distribution dans l'échantillon, nous avons procédé à une Analyse Factorielle de Correspondances Simples (AFCS) afin de connaître quelles associations existent entre les classes de traits de caractère et leur nombre. La représentation des deux plans factoriels qui servent à caractériser l'association entre les deux variables en question (voir la Figure 7.12.) montre qu'il y a des cas plus proches de la modalité qui contemple la présence d'un seul trait ou de deux traits que celle qui s'occupe de combinaisons triples, ce qui correspond aux résultats obtenus auparavant. Il faut préciser que les modalités qui ont atteint valeur statistique présentent la première lettre en majuscule dans le plan. C'est seulement sur ces cas que nous nous occuperons par la suite.

Si nous nous centrons initialement sur les traits négatifs, on peut dire que c'est le trait qui porte sur la malhonnêteté du personnage (par exemple, « ISF. Chirac divise par deux la valeur de son appartement », 17/05/95, p1) celui qui a tendance à apparaître seul dans les

titres. Nous pouvons alors affirmer que la présentation de ces groupes de traits se caractérise par le fait d'être plus pure et donc moins diluée que pour les cas de double ou triple combinaison.

En ce qui concerne les cas de combinaisons de deux traits de caractère, l'association la plus nette entre type et nombre de traits se produit avec la modalité menteur, hypocrite et opportuniste. Un exemple est le titre « Chirac se donne le beau rôle dans la guerre des mots en Bosnie. Prêt à en découdre en mai, plus diplomate en juin, il traite aujourd'hui tout le monde de 'dégonflés' » (19/07/95, p3), dans lequel on identifie les attributs d'opportuniste et non diplomate.

Parmi les traits négatifs qui se différencient du reste par le fait d'être combinés avec deux autres traits, il faut mentionner le manque de stabilité émotionnelle et rationnelle. Le titre « Sarkozy : seul rayon de soleil sur l'Elysée » publié dans la deuxième page le 25 mai 2005, soit quelques jours avant le référendum, met l'accent sur la difficile situation traversée par le Président, inefficace dans la campagne et impopulaire, qui a une seule chose pour se réjouir (côté vindicatif) : les problèmes conjugaux de N. Sarkozy. D'autre part, la déloyauté et la caractérisation du personnage comme peu lucide et incapable, s'associent autant à l'absence de combinaison qu'à la combinaison triple.

Quant aux traits positifs, la représentation graphique des axes factoriels montre rapidement qu'ils tendent à apparaître seuls et que leur combinaison avec deux autres traits est rare. Il existe une forte association entre la modalité pourvu d'autorité et l'absence de combinaisons (« Le choix du roi », 30/04/02, p2, fait penser à un Président qui est dans une position confortable pour choisir son Premier Ministre lors de la campagne de réélection). La présentation du personnage comme décidé et confiant en soi est aussi loin de la présence d'un trait que de deux traits.

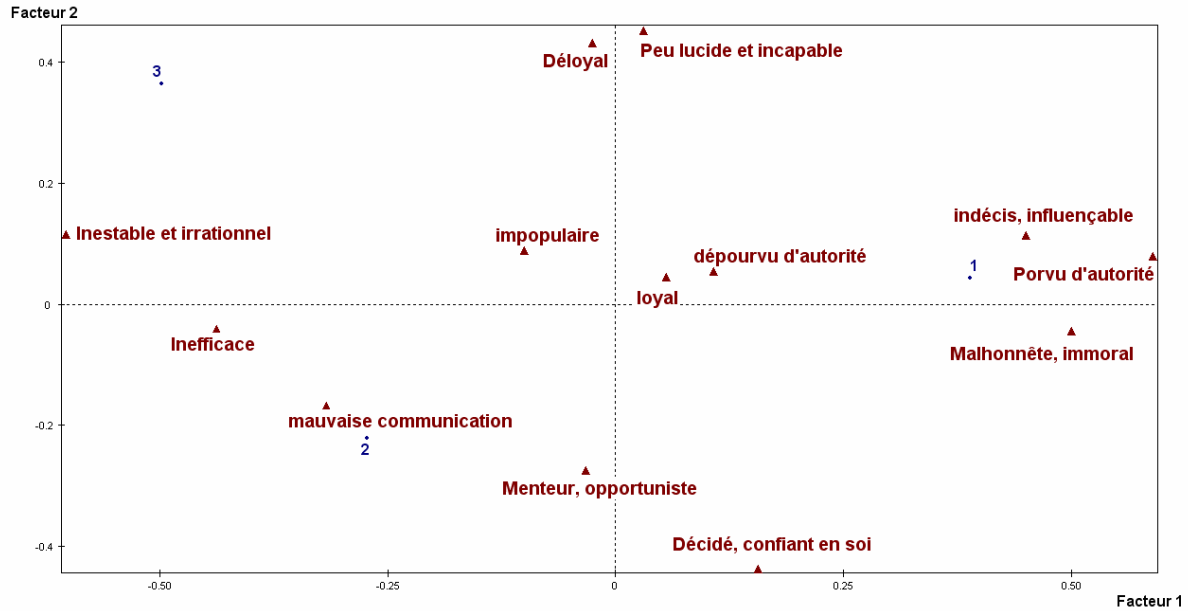


Figure 7.12. Premier plan factoriel de l'AFCS obtenu à partir du croisement de la variable sur les types de traits de caractère et celle qui se réfère au nombre de traits par titre. Les modalités qui ont atteint valeur statistique présentent la première lettre en majuscule.

Cette analyse a été productive pour apprendre quels sont les traits de caractère négatifs et positifs qui apparaissent dans les titres combinés avec d'autres traits. Cependant, elle ne nous permet pas de voir des associations entre les groupes de traits[292]. Nous avons alors opté par un tableau de Burt, en retenant les modalités d'intérêt. Ce tableau symétrique croise les variables et leurs modalités prises deux à deux. Dans notre cas, chaque groupe de traits de personnalité était une variable, qui était croisée avec toutes les autres variables comprenant des traits. Un fragment du tableau de Burt est présenté dans les annexes (voir la section 5.2.1.). Il a été simplifié en ne présentant que la modalité négative de certains groupes de traits.

Les résultats indiquent que la combinaison la plus fréquente (11 cas) se produit entre la malhonnêteté et le manque de sincérité (menteur, hypocrite, opportuniste), deux traits qui appartiennent à la sous-dimension relative à l'intégrité du personnage. A titre d'exemple : l'article titré « Chirac n'a pas renoncé à s'amnistier » (12/06/02, p. 2) suggère que le Président veut profiter du contexte politique –sa réélection- pour s'amnistier et ainsi effacer sa possible implication dans des affaires de corruption.

La deuxième combinaison la plus récurrente est celle qui qualifie J. Chirac d'impopulaire et d'inefficace (10 titres), le premier trait étant probablement conséquence du deuxième, c'est-à-dire que le personnage serait jugé impopulaire à cause de son inefficacité. Un bon exemple est ce titre, publié quand le chef de l'Etat a accompli dix ans à la tête du pouvoir : « 1995-2005 Bilan d'une décennie de Chirac à l'Elysée. Un an ça va, dix ans, bonjour les dégâts » (le 4/05/05, p1). La troisième combinaison en importance (7 titres chacune) est partagée entre l'inefficace et le manque de lucidité et l'inefficace et le manque de stabilité émotionnelle et rationnelle. Un exemple de ce dernier cas est le titre présenté plus haut : « Chirac déprime mais se réjouit de la 'fatigue' de Sarkozy » (25/05/05, p1). Ceci met l'accent sur la situation politique difficile que traverse le Président, inefficace dans la campagne du référendum, mais qui a l'occasion de se venger en quelque sorte de son adversaire N. Sarkozy. Notons qu'il y a une prise de distance du journal par rapport à cette supposée fatigue. La critique centrée sur le plan communicationnel (« mauvaise écoute, non diplomate, non convaincant, faire un spectacle de la politique ») et opérationnel (« inefficace ») réunit le même nombre de cas (6) que celle qui se centre sur une mauvaise communication ainsi que sur un côté instable, vindicatif, mégalomane et contradictoire du personnage.

Le Tableau 5.12. présenté dans les annexes, met en évidence le fait que la modalité inefficace est celle qui présente les combinaisons les plus nombreuses. Il s'agit, en effet, d'un

[292] De par la structure de cette dimension et sa distribution dans l'échantillon, les méthodes d'Analyse multivariée ne sont pas pertinentes pour atteindre ce but. Comme nous avons détaillé dans le chapitre 5, chaque variable comprenant un groupe des traits de personnalité est composée de trois modalités : la présence de ce trait sous forme négative, sa présence sous forme positive, et son absence. Ces variables interviennent de manière non exclusive, c'est-à-dire qu'un seul titre peut être caractérisé par plusieurs groupes de traits (négatifs ou positifs). Le choix de maintenir une richesse de catégories qui décrivent la construction de l'image du personnage à travers ses traits de personnalité a produit une plus grande dispersion de données. Même si les traits sont présents dans 88% du corpus, la représentation de chaque groupe de traits négatifs et positifs est très baisse dans l'ensemble de données : celle qui réunit la représentation la plus élevée n'atteint que 25% des titres. Ainsi, la distribution des fréquences pour chaque variable avec les trois modalités mentionnées devient trop inégale, celle qui se réfère à l'absence de traits pour chaque groupe réunit un pourcentage bien supérieur. Ceci rend peu satisfaisant d'appliquer une AFCM comme nous avons effectué pour d'autres dimensions.

attribut très fréquent dans les titres analysés. Néanmoins, c'est la modalité malhonnête la plus habituelle mais qui, de par le nombre de combinaisons, ne se présente en général qu'avec celle de menteur, hypocrite, opportuniste.

7.3.2 La dimension sur les figures rhétoriques

Nous avons vu, dans la section 7.1.3.2., la distribution des huit groupes de figures rhétoriques élaborés, ainsi que leur nombre de combinaisons par titre. Nous voulons maintenant savoir si le nombre de figures, c'est-à-dire la combinaison de figures par titre, dépend du contexte temporel et des types de titres. Autrement dit, est-ce qu'il y a des périodes caractérisées par une plus grande richesse stylistique ? Et dans les cas des titres, est-ce que la distribution des figures varie selon le type de titre dans lequel elles apparaissent ?

Il est intéressant d'apprendre que si les types de titres –comme on a vu plus haut- ne dépendent pas du type de figure que l'on peut trouver, ils dépendent pourtant du nombre de figures utilisées (χ^2=34.42 ; p=0.003), c'est-à-dire qu'il y aura des emplacements à l'intérieur du journal avec des titres plus riches du point de vue stylistique. De même que pour les types de figures, le nombre de fois où elles apparaissent combinées par titre ne maintient pas de rapports avec le contexte temporel étudié.

Nous nous occuperons, par la suite, de la façon dont les figures rhétoriques s'associent. Nous étudierons en détail, quelle association existe entre le type et le nombre de figures. Les catégories portant sur le type de titre, le registre de langue et les périodes analysées seront considérées de manière complémentaire, afin de voir si les modalités qui constituent leurs dimensions d'analyse se relient aux figures rhétoriques. Avec cet objectif à l'esprit, et compte tenu de la distribution de la dimension sur les figures rhétoriques, nous avons effectué une Analyse Factorielle de Correspondances Multiples (AFCM) avec le type et le nombre de figures comme variables actives. Les trois autres variables (registre, période et titre) ont été considérées de manière illustrative. De par les résultats, il nous semble que la variable relative à la combinaison de figures rhétoriques pourrait intervenir comme structurante de trois groupes de modalités qui articulent des figures.

Le **groupe A** se caractérise par l'absence de combinaison de figures ; les figures de construction ; l'ironie et ses variantes ; les figures de mots ; et l'absence de figures de double sens. On peut dire qu'autant les figures de construction que de mots se différencient du reste par leur absence de combinaison avec d'autres figures. L'ironie et ses variantes pourraient être incluses dans ce cas de figure mais elles sont aussi présentes dans les cas où il y a trois combinaisons de figures par titre. Ceci indique que la présence de l'ironie est très élevée dans les titres du CE (nous avons appris qu'elle est une des figures les plus fréquentes : voir la section 7.1.3.2.) et qu'elle suit deux lignes de conduite bien différentes : soit elle est toute seule et devient donc structurante en conditionnant l'énoncé, soit elle apparaît comme un plus, additionnée à d'autres figures. Les figures de double sens, pour leur part, n'apparaissent pas en générale toutes seules, ce qui est confirmé par le groupe D, où elles sont présentes combinées avec au moins trois autres figures. Un exemple du premier cas d'ironie que nous venons de signaler est le titre « Des compétences très ramassées » (24/5/95, p1) qui critique le choix fait par le Président et le Premier Ministre de certains des ministres qui constituent le nouveau gouvernement. Comme exemple du deuxième cas d'ironie, le titre « Très *big boss* »

(21/06/95, p.1) se construit à la fois par un diasyrme (faux-éloge), un contre-litote (dire plus pour faire comprendre moins) et d'une ellipse (absence de verbe). Ce titre relativise le possible trait attribué à J. Chirac par les journaux français, pour qui il devient le grand chef dans la réunion du G7 tenue à cette époque-là à Halifax.

Par rapport au **groupe B**, la combinaison double de figures différentes est associée aux figures de contiguïté. Les figures d'association n'ont pas tendance à apparaître avec ce type de combinaison, elles sont surtout présentes dans des combinaisons plus nombreuses. Les titres des articles internes sont caractéristiques de ce groupe. « Chirac débride nos relations avec la Chine » (7/05/1997, p. 4) présente une synecdoque du tout pour la partie (la Chine pour les chinois) et en plus, la métaphore lexicalisée « débrider » (« laisser se manifester ou s'exprimer en toute liberté », selon la définition du *TLFi*) devient ironique car elle entre en contradiction avec l'information présentée dans l'article, où l'on parle d'un prix pour la Liberté de Presse que l'UNESCO a octroyé à une journaliste chinoise condamnée à six ans de prison, accusée d'avoir divulgué des secrets d'Etat. Selon le CE, J. Chirac soutient la Chine à cause des grandes négociations qui sont en cours entre la France et ce pays asiatique, raison pour laquelle il aurait été absent à cette remise de prix.

Passons enfin au **groupe C**. Parmi les figures que l'on trouve lorsqu'il y a plus de trois combinaisons par titre, il faut citer les figures de pensée, qui sont associées à l'ironie; et les figures de double sens, qui sont en rapport avec les figures d'association. Parmi les titres de la Une (titre principal et oreilles), il y en a certains qui optent pour attirer l'attention à partir d'un double niveau du langage: que ce soit par association inhabituelle de deux éléments (métaphore), par la coexistence des éléments appartenant à deux isotopies (syllepse), par le fait d'affirmer le contraire de ce que l'on veut faire comprendre (ironie) ou par l'actualisation des références implicites et obliques à un élément extérieur à l'univers de l'énoncé (allusion). Ils jouent ainsi avec l'implicite et avec la rupture d'isotopies, éveillant de la surprise et interpellant le lecteur. Avec cet objectif d'attirer le récepteur, les titres de la Une se servent de la familiarité du langage. Un exemple de ce que nous venons de dire, ce sont les onglets publiés le 15 mai 2002 « 'La Marseillaise' sifflée au Stade de France : Chirac a joué au … foot furieux ! » qui portent sur la vive réaction du Président face au sifflement de l'hymne français lors d'un match de football. Nous y avons identifié cinq figures différentes : une allusion au fait que Chirac a joué un rôle comme un acteur, il a monté -d'après le CE- une scène de théâtre ; une assonance entre f*oo*t et f*urieu*x ; une ellipse dans la première phrase, qui manque de verbe ; une syllepse car on peut interpréter la phrase « Chirac a joué » comme le fait de jouer au football ou de jouer un rôle et, pour finir, un calembour : foot au lieu de fou pour combiner avec furieux.

Comme nous l'avons mis en évidence dans la section 7.2., les périodes étudiées et les types de titres jouent un rôle d'importance en rapport avec les autres dimensions d'analyse. L'AFCM centrée sur le nombre et le type de figures rhétoriques, la période, le type de titre et le registre de langue, a permis d'identifier des associations particulières. Nous présentons par la suite deux schémas : le premier focalise sur comment les différentes modalités considérées s'associent aux quatre types de titres qui présentent une contribution supérieure à la moyenne (le titre principal, les oreilles, le titre des échos et les titres des articles internes), (Figure 7.13.) ; le deuxième rend compte des associations des modalités en mettant l'accent sur les périodes d'analyse (Figure 7.14.).

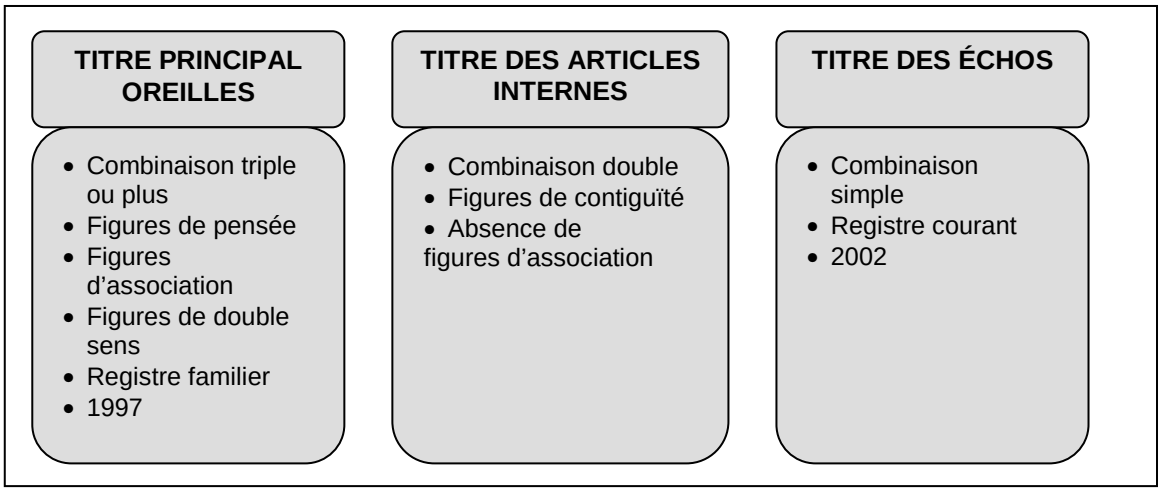


Figure 7.13. Association des modalités qui ont intervenues dans l'AFCM centrée sur la dimension des figures rhétoriques, en mettant l'accent dans les types de titres.

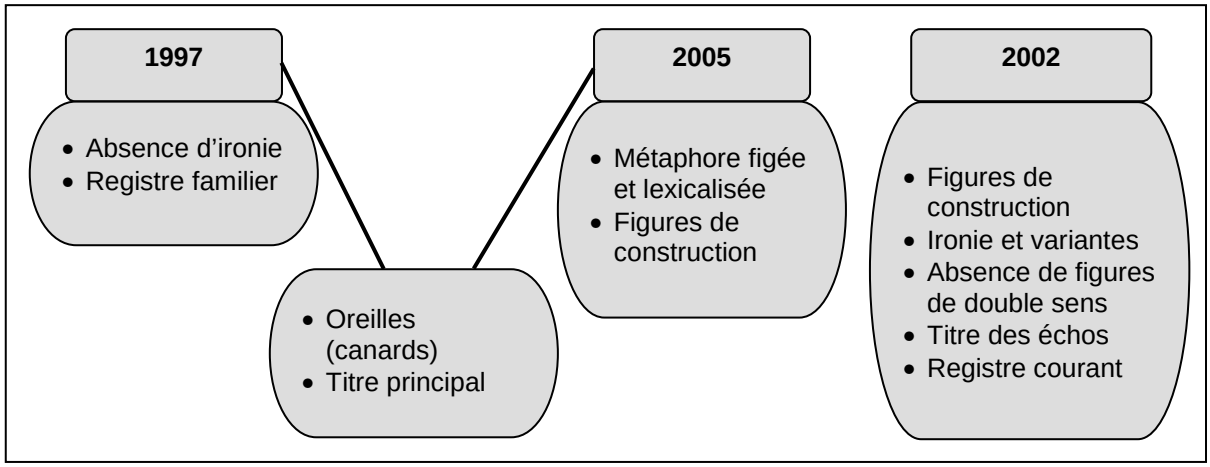


Figure 7.14. Association des modalités qui ont intervenues dans l'AFCM centrée sur la dimension des figures rhétoriques, en mettant l'accent dans les périodes.

7.3.3 La dimension sur les références culturelles

Nous nous occuperons par la suite, de la dimension qui porte sur les connaissances encyclopédiques et autres que le lecteur doit actualiser –cette « hypercompétence » dont parle C. Kerbrat-Orecchioni (1986)- afin d'interpréter les titres du CE et qui ne sont pas directement liées à l'univers de l'événement traité. Le test χ^2 a montré, d'une part, que les références culturelles maintiennent une relation avec le type de titre, et d'autre part, qu'elles ne dépendent pas de la période étudiée. Ceci a été confirmé avec l'AFCM que nous avons appliquée et dont nous présenterons les résultats dans les paragraphes qui suivent. Dans cette nouvelle analyse, il nous intéresse de savoir comment ces connaissances s'articulent entre elles et s'associent, en plus, avec le type de titre et les thématiques abordées.

Cette analyse a marqué des tendances d'association entre certaines modalités. Nous avons identifié sept groupes de modalités. On peut dire que le thème des références culturelles intervient de manière « structurante » par rapport à toutes les autres modalités, car elles sont présentes dans tous les groupes.

Le **groupe A** est constitué par les références aux produits et personnages médiatiques, les références nationales, indirectes et celles qui mobilisent un savoir cultivé ou spécialisé. L'association la plus nette se donne entre les deux dernières modalités. Ce cas de figure comprend des titres plus complexes à interpréter car on exige davantage au lecteur, aussi bien au niveau de compétences encyclopédiques que cognitives. Le titre « A la recherche de l'effet Chirac perdu », publié le 14/06/1995, et « Match Chirac-Jospin par voie de presse: Lettres... et le néant » (14/05/1997) sont des exemples de références indirectes et cultivées, puisque liées à la littérature et la philosophie.

Le **groupe B** comporte des références langagières, celles qui activent un savoir populaire, des titres avec un registre familier, des références directes et des thématiques liées aux actions gouvernementales. Ce cas de figure serait à l'opposé du premier car on construit des titres plus faciles à saisir. Un exemple de ceci est le titre « Pour sauver la droite aux législatives : Chirac tente une greffe de Raffarin », apparu le 7/05/2002, au moment de la nomination de Jean-Pierre Raffarin comme Premier Ministre.

Le **groupe C**, pour sa part, partage les trois premières modalités du groupe B, auquel il faut ajouter le titre principal et les thématiques militaires. On peut dire que dans les titres principaux de la Une, les journalistes du CE ont tendance à se servir d'un registre familier, des expressions connues qui sont rapidement repérables et qui correspondent à un savoir populaire. Comme exemple d'une expression familière voire vulgaire identifiée dans ce type de titre et qui traite d'une thématique militaire, nous citons la phrase suivante : « Essais nucléaires. La réponse des Etats du Pacifique à Chirac. Atomique ta mer! » (publié le 5/07/1995). Un autre exemple, celui-ci portant sur l'opinion versée à propos du mandat du chef de l'Etat: « 1995-2005 Bilan d'une décennie de Chirac à l'Elysée. Un an ça va, dix ans, bonjour les dégâts » (le 4/05/05). Cette phrase figée renvoie originellement à un slogan antialcoolique de 1984, qui opposait bonjour à ça va : « un verre ça va…trois verres, bonjour les dégâts ».

Le **groupe D** est composé des références langagières, directes, et les titres des articles placés dans la première et la dernière page du journal. On peut ainsi constater que les expressions figées et familières n'ayant pas un rapport direct avec le fait de l'actualité traité dans le titre, sont associées avec un mode de présentation explicite. Elles gagnent en plus, la Une et la Fausse Une du journal. Un exemple est ce titre d'un article publié à la Une de l'hebdomadaire le 24 mai 1995 : « Douze femmes au gouvernement. Chiractor's studio », dans lequel la référence langagière identifiée est une expression en anglais, exprimée de manière directe, mais en conjugaison avec le nom du Président, de sorte que l'on peut parler d'un mot-valise.

Les trois groupes restants signalent des associations entre deux modalités seulement: le **groupe E** met en rapport les références aux jeux et sports et celles de caractère universel. Les **groupes F et G** ont le savoir cultivé ou spécialisé comme élément commun, le premier associé à des références géographiques, historiques ou institutionnelles, et le deuxième à des connaissances liées à l'art, la philosophie et des disciplines proches.

7.4 Analyse des associations entre plusieurs dimensions d'analyse

Cette section est consacrée à des analyses ponctuelles et spécifiques qui s'intéressent à des relations particulières entre certaines dimensions d'analyse –au niveau de contenu et de la forme. Les questions présentées ci-dessous focalisent sur le mode de fonctionnement de divers éléments et requièrent des analyses séparées. La présentation des résultats suivra l'ordre des questions posées.

1. Quelle association existe-t-il entre les thématiques des titres et les personnages dont il est question ? De quelle manière interviennent dans cette association la période, le type de titre et le registre de langue ?
2. Quels rapports sont construits entre les personnages auxquels on fait référence dans les titres ?
3. Est-ce qu'il existe une association entre les traits de personnalité et les figures rhétoriques détectées ? Si oui, comment ces modalités s'associent-elles avec le type de titre, le registre de langue, la thématique abordée et le personnage auquel on fait référence dans le titre ?

7.4.1 Quels personnages pour quelles thématiques (et vice-versa)?

Afin de répondre à cette question, nous avons appliqué une Analyse de Classification Hiérarchique Ascendante (ACHA) avec les thématiques identifiées dans les titres et les personnages auxquels on fait référence, comme variables actives, et la période, le registre de langue et le type de titre comme variables illustratives. Six classes découlent de cette analyse.

La **classe A** (38 titres) montre que les titres qui portent sur des affaires douteuses sont associés à J. Chirac et sa famille ou à J. Chirac et ses partisans politiques. Ceux-ci se distinguent par le fait d'être placés dans les pages internes du journal, probablement dans la page 3, qui est consacrée aux enquêtes journalistiques. Un exemple donné auparavant sert à illustrer cette classe, apparu lors de la campagne présidentielle de 2002 : « La grande bouffe des Chirac à l'Hôtel de Ville » (3/04/2002, p3), dans lequel la famille Chirac est accusée de malversation de fonds.

En ce qui concerne la **classe B** (35 titres), il rend compte de la prévisible association entre les actions gouvernementales et la modalité « Chirac et son Premier Ministre ». A titre d'exemple, « La révolte de l'Asperge » (17/05/1995, p2) reprend un surnom donné par Charles Pasqua à Alain Juppé et fait référence au fait que ce dernier, d'après le CE, se bat pour participer à la constitution de son gouvernement, non pas facilitée par le président Chirac. Il faut lire l'article pour pouvoir arriver à cette interprétation, le titre seul étant assez énigmatique.

Dans la **classe C** (49 titres), on voit que les titres qui portent sur des événements de participation citoyenne ont comme association caractéristique –et envisageable- à J. Chirac et les citoyens français. Les titres qui ne se réfèrent qu'à Chirac ont aussi une contribution significative. Deux périodes, 1997 et 2005, se détachent dans ce groupe, celles dans lesquelles justement l'intervention du chef de l'Etat dans la campagne –législative pour le premier cas et de référendum pour le deuxième- n'a pas abouti à une victoire. Ceci dit, il serait possible que les titres qui ont Chirac et le peuple français comme protagonistes mettent davantage l'accent

sur un rapport d'antagonisme que de soutien (du dernier envers le premier). Après consultation de nos grilles d'analyse, cette idée s'est avérée certaine pour la période de 2005. Ainsi, le titre « Chirac attaque les jeunes » (20/04/05, p2), publié lors de l'intervention télévisuelle du Président dans laquelle il répondait aux questions sur la Constitution Européenne posées par un groupe de jeunes français, met clairement l'accent sur l'antagonisme. Plusieurs titres se sont basés sur cette « mésentente » entre eux. Encore un exemple sur ceci est le titre « Il n'est pire sourd » (20/04/05, p2). A travers une partie d'un refrain bien connu, on veut faire entendre que J. Chirac ne veut pas comprendre les jeunes. Or, après avoir lu l'article, le titre nous fait penser aussi à un problème d'audition de J. Chirac ; le terme *sourd* étant donc pris dans son sens littéral et figuré : syllepse.

La **classe D** (61 titres) est celle qui est la plus proche du centre de gravité, ce qui veut dire qu'elle présente le plus grand nombre de catégories en commun avec les autres classes. A partir de cette classe, on apprend que les titres qui traitent de la communication politique, les relations publiques et l'opinion publique liées au Président sont associés à Chirac seul ou avec ses adversaires et à la période de 2002. Du moment où cette période comprend une partie d'une campagne présidentielle, on s'attend à une augmentation des déclarations du Président en tant que candidat à sa réélection ainsi qu'à des titres portant sur lui et l'opposition. Le type de titres qui s'associe à ce groupe c'est l'écho de la *Mare aux Canards*, un espace nettement consacrée à la vie interne du gouvernement, aux actions et déclarations de la classe politique, aux confrontations entre des hommes ou femmes politiques appartenant à un même parti ou à des partis différents. Les titres mixtes se retrouvent aussi dans ce groupe. Comme exemple de cette classe, le titre « Pas de sifflets pour Chirac » (15/05/2002, p2) porte sur la crainte du chef de l'Etat d'être sifflé lors de sa présence au Stade de France pendant un match de football de l'équipe nationale.

La **classe E** est la plus homogène. Elle est constituée des titres des faits dans lesquels J. Chirac serait accusé de faire une utilisation controversée du pouvoir dans des questions associées au monde des médias, dont le non respect de la liberté de presse. Ces titres sont extrêmement rares (10 seulement) mais d'après les résultats statistiques, on peut dire qu'ils sont suffisamment différents du reste pour constituer un groupe à part entier. Le titre « A la télé, la peur du Président est le commencement de la sagesse. Un peu de ménage et quelques bonnes manières dans les télés » (17/5/95, p4) s'appuie sur une double allusion à des refrains (« La crainte du Seigneur est le commencement de la sagesse » et « La peur du gendarme ») ainsi que sur la substitution du mot « table » par « télé », pour faire référence au ménage – selon le CE- qu'on risque de faire après l'élection présidentielle.

La **classe F** (41 titres), enfin, est formée par des titres qui se réfèrent à la politique extérieure, des actions militaires ou diplomatiques de la France et qui portent sur le Président et ses pairs étrangers. La période de 1995 s'associe à ces modalités. Lors de cette époque se déroulait la guerre dans les Balkans et la reprise des essais nucléaires. Ces titres ont gagné les pages internes du journal. A titre d'exemple, « Essais nucléaires. La réponse des États du Pacifique à Chirac. Atomique ta mer! » (5/07/95, p1) construit un sens de confrontation vis-à-vis de la mesure prise par le Président à travers une phrase vulgaire.

En somme, cette ACHA a mis en évidence des associations entre des personnages, des thématiques, des périodes et des types de titres. Dans ce dernier cas, il a été intéressant de constater que certains titres ont tendance à présenter certaines thématiques de par

l'emplacement qu'ils ont dans le journal, ce qui donne d'informations sur des critères éditoriaux. Nous avons également appris que les registres de langue n'interviennent pas de manière caractéristique quand l'accent est mis dans la relation entre des personnages et des thématiques.

7.4.2 Les rapports des personnages des titres

Il nous intéresse d'étudier ici quels sont les rapports que les journalistes du CE établissent entre les personnages auxquels on fait référence, de manière directe ou indirecte, dans les titres. Ces rapports -pour rappel- peuvent être de collaboration, d'antagonisme ou neutres. Etant donné que l'objectif de cette étude ponctuelle porte sur deux variables, nous avons procédé à une AFCS. De la variable portant sur les personnages des titres nous avons supprimé la modalité *Chirac seul* pour des raisons évidentes. En plus, comme entre J. Chirac et sa famille il n'y a que des rapports de collaboration, nous n'avons pas considéré cette modalité dans l'analyse.

La représentation graphique du plan factoriel (voir la Figure 7.15.) dévoile qu'il y a plus de personnages en rapport d'antagonisme que de collaboration avec le président Chirac, selon la vision du CE. En plus de la famille à laquelle nous nous sommes déjà référée, ce sont les amis et partisans politiques de Jacques Chirac, ainsi que son Premier Ministre, ceux qui maintiennent davantage de rapports de collaboration avec lui. Les rapports entre le chef de l'Etat et les citoyens ou le peuple français se placent entre la neutralité et l'antagonisme. Les rapports d'antagonisme les plus nets se construisent entre J. Chirac et les adversaires politiques, les gouvernants étrangers et les médias.

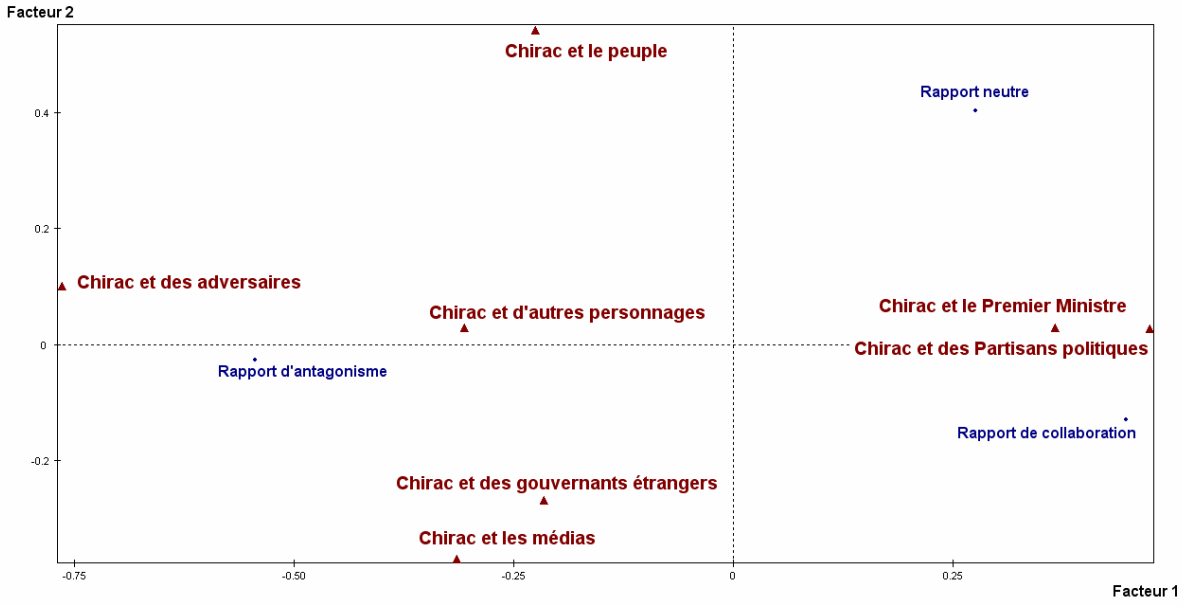


Figure 7.15. Plan factoriel de l'AFCS réalisée sur les rapports des personnages des titres.

Ces résultats peuvent être mieux compris quand on prend en considération la relation entre les thématiques des titres et les personnages auxquels on fait référence : les titres portant sur J. Chirac et sa famille ou ses partisans politiques sont associés à des thématiques de corruption (les rapports de collaboration seraient les plus caractéristiques) ; ceux portant sur J.

Chirac et les citoyens à des thématiques de participation citoyenne (rapports neutre et antagoniques sont les plus distinctifs) ; ceux sur J. Chirac et ses adversaires politiques à des thématiques sur la communication politique, les relations publiques et l'opinion publique liées au Président (rapports d'antagonisme) ; ceux portant sur J. Chirac et son Premier Ministre à des actions gouvernementales (rapports de collaboration) ; ceux portant sur le Président et ses pairs étrangers à des actions militaires ou diplomatiques de la France (rapports d'antagonisme) ; entre autres (pour plus d'information, voir la section 7.4.1.).

7.4.3 Des figures rhétoriques spécifiques en fonction des traits de caractère présentés (et vice-versa)?

Cette analyse est au cœur d'une hypothèse de travail, qui consiste à affirmer qu'il existe une certaine corrélation entre des traits de caractère et des figures rhétoriques. Une ACHA réalisée afin de répondre à cette question a mis en évidence sept classes de modalités.

La **classe A**, qui est composée de 81 titres, est formée de sept modalités. Trois d'entre elles appartiennent à la variable sur les figures rhétoriques : absence de figures rhétoriques, combinaison triple ou plus de figures rhétoriques, présence de figures de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées ; trois autres à la variable sur les traits de caractère : les traits de caractère négatifs qui renvoient à la morale du personnage, ceux qui combinent la malhonnêteté avec le manque de sincérité, et l'absence de traits négatifs. Une dernière modalité se réfère à l'une des thématiques abordées, celle qui porte sur la corruption.

La constitution de ce groupe est d'autant plus intéressante qu'elle nous a menée à rejeter l'une de nos hypothèses de travail qui consistait à établir un lien entre les sujets de corruption et l'utilisation de figures qui reposent sur l'implicite. Le fait d'impliquer un président avec des cas d'enrichissement illicite ou de détournement de fonds est une accusation grave qui nous semblait moins périlleuse d'être réalisée de manière indirecte, avec un sens sous-jacent. Au contraire, ces thématiques ont tendance à être associées avec des procédés stylistiques qui, loin d'être subtiles et implicites, se caractérisent par une présentation plus directe de l'information. Le traitement de ce type de sujets suit notamment deux voies opposées : d'un côté, il y a des titres qui ne s'appuient pas sur des figures rhétoriques et constituent des phrases littérales : « ISF. Chirac divise par deux la valeur de son appartement », le 17/05/1995 ; « Avant de s'intéresser à nos impôts, Chirac a déjà réduit les siens », le 17/05/95 ; « Comme Chirac, Juppé s'est logé à petit prix dans un appartement de la ville de Paris », le 7/06/1995. D'un autre côté, il y a des titres qui font recours à plusieurs figures rhétoriques. Quoique parfois fleuris, cela ne les empêche pas d'être assez directs : « Chirac tient la vedette dans une nouvelle cassette. Aussi fort que la cassette Méry ? Michel Roussin, l'ancien bras droit du maire Chirac, livre au magnétophone ses souvenirs sur son ex-patron et sur les opérations financières qu'il a réalisées à sa demande », le 15/05/2002. Nous avons identifié six figures rhétoriques dans ce titre : une métaphore *in praesentia* (on présente J. Chirac –comparé- comme une « vedette » -comparant) ; une ironie (on tourne en dérision malicieusement le fait que le président soit nommé dans une cassette l'associant à un cas de corruption) ; une homéotéleute (rime par répétition des mêmes phonèmes : ved*ette* et cass*ette*) ; la personnification du magnétophone ; une métonymie lexicalisée (bras droit) ; et une ellipse (absence de verbe dans la première phrase). Les traits négatifs qui s'associent à

cette classe portent sur la présentation du personnage Chirac comme malhonnête, menteur et opportuniste.

La **classe B**, qui est composée de 22 titres, comprend quatre modalités : la combinaison double de figures de mots et/ou de double sens et figures de construction ; la combinaison double de figures de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées et figures de pensée ; le trait de caractère négatif qui porte sur le manque d'autorité ; et la période de 1995. De ceci découle que la construction de l'image du président Chirac comme dépourvue d'autorité, très caractéristique au début de son premier mandat, est associée à des titres qui font une double combinaison de figures, c'est-à-dire qui possèdent trois types de figures rhétoriques différentes. A l'exception des figures d'association, tous les groupes de figures sont utilisés dans ce type de titres. Un exemple issu de cette classe est le titre « La faute à Chichi », publié le 14/06/1995, dans lequel on trouve la gémination « Chichi » (redoublement de la syllabe initiale de Chirac) et une ellipse (absence de verbe). Ce titre fait référence à une critique faite par Jean Tibéri au Président. D'après l'information présentée dans l'article, que ce dernier soit critiqué est dû au fait de ne pas avoir mené une campagne de soutien forte parmi ses partisans politiques. La gémination sert à construire l'image d'un Président dépourvu d'autorité : on rompt avec le style caractéristique dont les médias font référence au chef de l'Etat. C'est un traitement irrévérencieux mis au service d'un processus de disqualification du personnage.

La **classe C**, qui comprend 37 titres, est constituée par les modalités suivantes : la présence de figures de mots et/ou de double sens ; la présence de métaphores créatives ; le trait de caractère négatif qui renvoie à la « stabilité émotionnelle et capacité de décision » ; et les titres des échos. Dans la section 7.2., nous avions vu que le traitement du président Chirac comme instable, contradictoire, indécis et influençable était surreprésenté dans les titres des échos. Cette troisième classe nous apprend que dans la plupart des cas -même si le nombre de titres qui correspondent à ce cas de figures est très faible- ils jouent avec la sonorité, la structure ou le sens de mots. Un bon exemple est le titre « Son Influence Suffisance », publié le 3/04/2002 et à partir duquel on fait référence à une rencontre entre Jacques Chirac et Edouard Balladur pendant la campagne de l'élection présidentielle. Se servant d'un jeu de mots et d'une homéotéleute (influ***e*****nce** et suffis***a*****nce),** le CE lançait l'hypothèse selon laquelle J. Chirac se laisserait influencer par E. Balladur, surnommé « Sa Suffisance » par le journal.

La **classe D**, qui est constituée par 46 titres, comprend six modalités : la présence de figures de pensée ; la combinaison double de figures de mots et/ou de double sens et de figures de pensée ; les traits négatifs relatifs au manque de popularité ; de sincérité ; la combinaison des traits renvoyant au manque de sincérité ainsi que de stabilité émotionnelle et capacité de décision seuls ou avec un autre trait négatif ; et enfin, le registre courant. L'association la plus claire que nous pouvons établir ici a lieu entre l'utilisation des figures de pensée -qui se caractérisent par le fait de ne pas être isolables dans l'énoncé du moment où elles peuvent faire intervenir le contexte large du discours- et la présentation du personnage comme menteur, hypocrite ou opportuniste. Dans tous ces cas, les titres font recours à un registre courant. Nous citerons un exemple pour illustrer ceci : le titre « Un humble châtelain », apparu le 17/5/95, dénonce ironiquement le manque de transparence de J. Chirac, qui, selon l'hebdomadaire satirique, voulait cacher le fait qu'il avait un château afin de donner une image d'humilité.

Pour les trois classes restantes conformées à partir de l'ACHA, l'extrêmement faible fréquence d'association entre les modalités (deux fois) qui les constituent nous mène à ne pas considérer ces associations comme d'importance.

Après avoir détaillé et réfléchi sur les différents groupes obtenus à partir de l'analyse, et en reprenant la question initiale qui a motivé cette démarche, nous considérons qu'il n'est pas prudent de donner une réponse catégorique. Plus que des groupes de figures spécifiques pour certains traits de caractère, les deux premières classes constituées marquent une tendance à travers l'absence ou l'abondance de figures. Ceci, en plus de la faible association signalée entre des figures et des traits de caractère dans les trois dernières classes, nous penchent plutôt à répondre par le négatif. Il est difficile d'identifier des associations nettes et riches en effectifs entre ces deux dimensions d'analyse.

7.5 Analyse des associations entre toutes les dimensions et ses catégories

Dans cette dernière étape de notre analyse des titres du CE, nous effectuerons une étude plus macro, qui essaye d'établir des rapports entre toutes les dimensions d'analyse considérées. Nous prétendons répondre aux questions suivantes : De quelle manière intervient l'ensemble de dimensions d'analyse considérées dans les titres qui portent sur le personnage Chirac ? Quelles associations peut-on identifier entre des catégories au niveau intra et interdimensionel ?

Au cours de ce chapitre nous avons fait appel à des méthodes statistiques différentes selon les questions auxquelles nous voulions répondre. Dans cette occasion, nous avons effectué une AFCM et puis une ACHA, grâce auxquelles nous avons identifié cinq classes de modalités. On constate que la dimension relative aux références culturelles a un poids de grande importance dans la constitution des classes.

De par les résultats, on peut dire que les titres qui abordent des thématiques de corruption -modalité qui contribue dans la caractérisation des **classes A** (15 titres) **et D** (41 titres)- suivent deux voies différentes : soit ils ne font pas recours à des références culturelles ni à des figures rhétoriques (« Avant de s'intéresser à nos impôts, Chirac a déjà réduit les siens (…), 17/5/95, p3»), soit ils font recours majoritairement à des références nationales, directes, populaires, certaines d'entre elles liées à l'histoire et la politique, comme le titre « Pas de'Chichigate' » (23/04/97, p8), dont le suffixe *gate* dérive du scandale connu comme Watergate, qui a été largement repris dans plusieurs scandales dans le monde entier. Ces thématiques sur des affaires douteuses servent à construire l'image du président comme malhonnête et menteur. Les rapports entre J. Chirac et d'autres personnes auxquelles on fait mention dans les titres sont de collaboration. Dans la classe D, les rapports caractéristiques identifiés sont entre le chef de l'Etat et sa famille, c'est-à-dire que l'accusation de corrompu atteigne aussi la famille de Chirac. A cette dernière classe il faut ajouter aussi l'emplacement des titres dans les pages internes du journal, et les thématiques mixtes. Il nous semble que celles-ci abordent, avec récurrence, des sujets de corruption car le trait de personnalité le plus caractéristique est celui de malhonnête.

En ce qui concerne la **classe B** (44 titres), on apprend qu'il y a une prépondérance des références directes et populaires ; d'étendu national et européen, et qui se réfèrent aux proverbes et à des expressions familières ou étrangères. Les titres des articles qui se placent dans les pages externes de l'hebdomadaire appartiennent aussi à cette classe. Un exemple est le titre « Exclusif. Le gouvernement que Chirac n'a pas encore osé faire » (7/05/02, p.1), élaboré à la base d'une expression figée. D'autres sujets abordés par ces références, quoique moins fréquents, appartiennent au monde de l'art, la philosophie et des disciplines voisines ainsi qu'aux jeux et sports. Ainsi, en concordance avec ce que nous avons précisé plus haut, on peut affirmer que les titres des articles développés à la Une ou Fausse Une du journal qui font appel à des références étrangères au fait de l'actualité abordé, visent à attirer l'attention de manière rapide en évoquant notamment des proverbes ou des expressions connues.

Quant à la **classe C** (22 titres), les associations les plus claires sont, d'une part, entre la construction de l'image du personnage comme menteur, hypocrite et opportuniste et l'utilisation des références culturelles nationales et indirectes ; et d'autre part, entre les titres qui présentent une combinaison double de figures de mots et/ou de double sens et de figures de pensée, avec des références langagières ou médiatiques. A titre d'exemple, les oreilles « Deuil officiel, préfets convoqués à la messe. Pour Chirac les Français… sont dévots ! » publiées lors de la mort du Pape Jean-Paul II et de la campagne du référendum en France (6/04/05) reprennent, par le biais d'un calembour, une phrase prononcée par Charles de Gaulle « Les Français sont des veaux » et construisent le sens d'un Chirac opportuniste, qui chercherait à gagner les votes des catholiques français.

Dans la **classe E** (112 titres), on constate une association entre les titres qui abordent des événements de participation citoyenne ou ceux qui traitent d'actions militaires, avec la qualification du personnage Chirac comme déterminé, fort de conviction et confiant en soi, comme c'est le cas du titre « Chirac joker » (30/04/97, p.2), dans lequel on assure que le Président va s'engager personnellement dans la campagne électorale, afin d'assurer la victoire. Les rapports entre J. Chirac et les personnes dont il est question dans ces titres –au-delà de l'exemple qui porte sur le personnage seul- sont d'antagonisme.

En considérant le système global des dimensions d'analyse, on peut dire qu'il n'y a pas une différenciation caractéristique des titres de par les périodes étudiées, à l'exception de 2005, associé à des modalités telles que le manque de sincérité attribué au personnage ou l'utilisation des références indirectes et cultivées. Seulement deux types de titres servent à caractériser les classes identifiées, ceux des articles des pages internes et externes : les premiers sont très liés au traitement des sujets de corruption et à l'absence de références culturelles ; les deuxièmes, à l'usage des références directes et populaires, universelles, basées parfois sur des expressions familières ou figées. Les analyses réalisées dans cette section ont mis en évidence, d'ailleurs, l'énorme importance de la dimension sur les références culturelles, présente dans toutes les classes décrites.

L'absence de modalités portant sur le registre de langue met en lumière le fait que l'usage que l'on en fait reste assez indistincte par rapport aux autres dimensions d'analyse. Un cas similaire semble être celui des figures rhétoriques, dont seulement la combinaison double de figures de mots et/ou de double sens et de figures de pensée, et la modalité relative à l'absence de figures, ont atteint la valeur test dans les classes observées.

7.6 Conclusions

Les analyses multidimensionnelles et pluriméthodologiques effectuées au cours de ce chapitre nous ont fourni beaucoup d'information sur la structure et le fonctionnement des titres du CE, sur les procédés utilisés et sur le processus de construction d'une image très critique de J. Chirac. A partir des analyses statistiques, nous avons pu renforcer certaines idées élaborées lors des premières étapes de l'étude (analyse de discours et analyse de contenu) et, au contraire, mettre en doute quelques autres idées. Les méthodes ont été appliquées de manière complémentaire les unes des autres, et leur articulation nous a permis de mieux comprendre et nourrir l'interprétation des résultats obtenus.

A partir des analyses réalisées, nous avons trouvé que les dimensions peuvent ne pas intervenir de manière significative dans la caractérisation de notre objet d'étude quand on s'intéresse à certains aspects, mais elles peuvent devenir cruciales dans la caractérisation d'autres aspects. Ainsi, l'ensemble de dimensions considérées dans notre étude n'intervient pas de manière équivalente par rapport à la période et au type de titre. Le contexte temporel intervient de manière nettement différenciée selon que l'analyse se centre sur les dimensions relatives au *quoi* ou au *comment* de nos objets d'étude. A cet égard, il a été très intéressant de découvrir qu'alors que le contenu y est directement lié, les recours du comique et de la satire (registre de langue, figures rhétoriques, références culturelles) restent stables au cours du temps. Ce sera intéressant d'étudier si cette tendance apparaît aussi pour le cas des images.

Nos analyses permettent de comprendre certains critères éditoriaux qui opèrent au sein du CE par rapport aux titres : est-ce qu'il y a des sujets, des procédés, des traits de caractère qui prédominent plus que d'autres dans les titres ? Dans le cas du registre de langue, si le plus fréquent est le courant, les expressions familières et figées jouent un rôle de grande importance pour attirer l'attention, surprendre et amuser, surtout dans les titres de la Une. Les expressions vulgaires, moins nombreuses, apparaissent, en général, attribuées à Jacques Chirac. Elles contribuent ainsi à construire l'image d'un personnage simple et proche du peuple dans son cercle intime.

Nous avons vu que les figures rhétoriques identifiées dans les titres du CE sont nombreuses et diverses. Les combinaisons de figures varient en fonction des titres, les cas dans lesquels on détecte quatre figures ou plus se trouvant notamment dans les titres de la Une. Les groupes de figures qui présentent le plus grand nombre de combinaisons sont les figures de pensée (notamment l'allusion) qui s'associent avec l'ironie ; les figures de double sens, avec la syllepse et le calembour ; et les figures d'association, dont la métaphore créative est la plus récurrente. Afin d'éveiller l'intérêt du lecteur, les titres de la Une se servent des expressions familières. Dans le cas du titre principal et des oreilles, ils font appel à un double niveau du langage, à travers notamment de la métaphore, la syllepse, l'ironie et l'allusion. Ils jouent ainsi avec l'implicite et la rupture d'isotopies, ce qui leur permet de produire de la surprise et d'interpeller le lecteur.

Les titres des pages externes présentent, en plus d'une grande richesse stylistique, un plus grand recours à des références non directement liées au fait de l'actualité abordé. Ces références se caractérisent par le fait de se centrer sur des expressions langagières. Les titres des pages internes sont associés, en échange, à l'absence de références. Ces derniers font

recours, néanmoins, à une double combinaison de figures rhétoriques, dont les figures de contiguïté occupent une place particulière.

De tous les titres, les oreilles sont l'un des plus complexes dans l'utilisation des références culturelles du moment où celles-ci sont implicites et tendent à mobiliser un savoir cultivé ou spécialisé, demandant un effort d'interprétation plus grand au lecteur, qui devra actualiser des connaissances parfois ponctuelles et dans certains cas, peu connues de la doxa.

Nous avons appris que les titres du CE parient sur la familiarité et le côté populaire des savoirs exigés pour leur interprétation, avec notamment un langage riche en expressions familières et figées et de proverbes mais dont le registre de langue est en général courant. Ainsi, la nature de ces titres est en tension, en oscillant entre un côté plus populaire et familier assez caractéristique de la satire, et le besoin de mobiliser des connaissances d'un certain niveau culturel, qui se trouvent à la hauteur des exigences autant des créateurs du journal que de son lectorat.

A l'égard des traits de caractère qui sont attribués au personnage Chirac, le nombre élevé de traits identifiés nous fait penser qu'ils jouent un rôle de grande importance dans la construction de l'image médiatique du Président. Comme il est prévisible dans la satire, la plupart correspondent à leur forme négative, c'est-à-dire que nous confirmons une de nos hypothèses de travail, encore qu'il faudra voir si cette tendance se maintient pour les images. En suivant nos quatre sous-dimensions d'analyse, nous avons trouvé que l'intégrité est le côté le plus critiqué par les journalistes du CE, avec, à la tête de toutes les catégories de traits, celle qui qualifie le chef d'Etat comme malhonnête et immoral. Cette dimension est, en plus, celle qui réunit le plus petit nombre de traits positifs. C'est dans le charisme et l'empathie du personnage –souvent considéré son côté fort- où l'on trouve davantage des traits positifs. Le trait qui a tendance à apparaître seul associé au personnage est la malhonnêteté, alors que celui qui est plus facilement combiné avec d'autres traits porte sur l'instabilité et irrationalité du personnage. Quels sont les traits qui présentent les combinaisons les plus caractéristiques ? D'une part, la malhonnêteté et le manque de sincérité, d'autre part, l'impopularité et l'inefficace, ces derniers pouvant présenter un lien causal.

Les analyses statistiques ont indiqué une forte dépendance entre les traits de caractère et le contexte temporel. Alors qu'en 1995, le trait le plus caractéristique est le manque d'autorité associé à J. Chirac, en 2002 le trait saillant est la malhonnêteté, et en 2005, l'impopularité. Les sujets qui s'associent à ces périodes donnent quelques éléments qui peuvent nous aider dans l'interprétation. Ainsi, les sujets qui se distinguent en 1995 sont liés à la guerre de Kosovo et à la reprise des essais nucléaires ; en 2002, ils se réfèrent à des affaires douteuses. L'impopularité de 2005 est sans doute liée au bilan de dix ans de J. Chirac (nous y reviendrons dans le chapitre 12). Les analyses n'ont présenté aucune association entre la période de 1997 et des traits de caractère. 1997 s'écarte de la norme par rapport à une autre dimension, celle qui porte sur les personnages auxquels on fait référence dans les titres. Cette période est celle où l'on met davantage l'accent sur les rapports entre le Président et son Premier ministre, ce qui s'explique par le fait que pour le CE, la dissolution de l'Assemblée a été en grande partie orchestrée par A. Juppé.

En plus du contexte temporel, les traits de caractère dépendent des types de titres dans lesquels ils sont présentés. Ainsi, si l'attribut de malhonnête et immoral apparaît davantage dans les pages internes du journal, celui d'instable, contradictoire, indécis et influençable est

plus caractéristique des échos de la *Mare aux Canards*, l'espace par excellence consacré à la vie politique, aux approchements et confrontations des membres de la classe politique.

Un autre résultat intéressant est le fait que les titres principaux placés à la Une se caractérisent par une combinaison double ou triple de traits de caractère. Une plus grande richesse des titres répercutent dans un travail plus ardu et donc plus long de la part des journalistes. De même que pour les figures rhétoriques, c'est dans ce type de titres où la densité de signifiés et de procédés stylistiques est plus importante car ce sont les titres les plus visibles du journal, ceux qui assument la fonction de présenter le/s grand/s événement/s de la semaine, tout en éveillant la curiosité du lecteur.

Les analyses effectuées nous ont permis de constater que les rapports entre les personnages dont il est question dans les titres interviennent dans la construction d'une image négative du personnage. Même si la fréquence totale des rapports de collaboration et d'antagonisme est équilibrée, on trouve davantage d'acteurs politiques et non politiques en confrontation qu'en coopération. Ces derniers ne se concentrent que sur trois groupes : la famille, les partisans politiques et le Premier Ministre, et les relations avec les deux premiers sont majoritairement perçus comme négatifs puisque liés à des thématiques qui portent sur des affaires d'enrichissement illicite. Il existe effectivement une association entre ces thèmes, présentées en particulier dans les pages internes du journal (la troisième page est consacrée aux enquêtes journalistiques), J. Chirac avec sa famille ou partisans politiques, le trait malhonnête associé au personnage, et la période de 2002, pendant laquelle le CE a publié plusieurs cas de corruption qui impliquaient le Président.

Nous avons fait une autre analyse pour savoir s'il existe une association entre les thématiques des titres et les personnages dont il est question, en incorporant les variables qui se réfèrent à la période, le type de titre et le registre de langue. Un premier résultat met en évidence qu'en 1995, les titres sur J. Chirac et des gouvernants étrangers sont surreprésentés, de même que les sujets de politique extérieure. Il s'agit d'une période conflictuelle dans ce domaine à cause de la guerre de Kosovo et la reprise des essais nucléaires. Les rapports qui prédominent entre ces personnages sont effectivement d'antagonisme. Nous avons identifié un deuxième groupe d'associations entre les titres qui portent sur J. Chirac seul ou avec ses adversaires ; la période de 2002 ; les sujets liés à la communication politique, les relations publiques et l'opinion publique liées au Président ; et les échos de la *Mare aux Canards*, spécialisé dans le dévoilement de scoops sur les « couloirs » de la politique. Ce résultat est sans doute lié à la campagne présidentielle, très centrée sur les candidats et la confrontation entre eux. Un troisième groupe de titres associe la période de 2005 avec les sujets qui portent sur la participation citoyenne –le référendum-, Chirac et les citoyens, et le rapport d'antagonisme. Ces titres se réfèrent notamment à la participation active que le Président a prise dans la campagne sur le traité constitutionnel, et tout particulièrement, à l'émission télévisuelle organisée pour que J. Chirac débatte avec des jeunes français. Le CE a mis l'accent sur ce qu'il a considéré comme une « mésentente » entre eux (voir à ce sujet, le travail de Françoise Boursin, 2006).

La dernière question sur laquelle nous voulons revenir s'interroge sur la relation entre le contenu et la forme. Est-ce que les journalistes du CE opèrent un choix stylistique –si ce n'est qu'involontaire- pour produire tel ou tel sens associé au personnage ? Nous avons focalisé cette question à travers la recherche des figures spécifiques pour certains traits de caractère.

Nous avons été étonnée d'apprendre que lorsque le président est présenté comme malhonnête, les titres du CE tendent à être plus explicites. Paradoxalement, ils suivent deux voies opposées : soit ils ne font pas recours à un langage figuré, soit ils présentent plusieurs figures rhétoriques mais maintiennent pourtant ce caractère de direct. Ce résultat sert à réfuter une hypothèse de travail qui associait le traitement de sujets de corruption et donc le trait de malhonnête, avec l'utilisation d'un langage reposant sur l'implicite.

De par ces résultats, nous jugeons que jusqu'à ce stade de la thèse, il n'est pas évident d'établir une association entre des traits de caractère et des figures rhétoriques. Les relations que nous avons pu établir entre certaines catégories étudiées ne sont pas suffisamment consistantes. Nous poursuivrons toutefois cette enquête dans l'analyse des images que le CE a publiées sur le personnage Chirac dans les quatre périodes sélectionnées, et que nous aborderons dans le chapitre suivant.

Chapitre 8 :

Analyse des images du *Canard enchaîné*

Dans ce chapitre, nous rendrons compte des résultats acquis à partir de l'analyse de 405 images du CE qui se réfèrent directement à Jacques Chirac, que ce soit à travers sa représentation visuelle et/ou de sa mention écrite, pendant les quatre périodes sélectionnées. Nous ferons un parcours qui va des catégories plus descriptives et analytiques jusqu'à l'étude de ses interrelations. Comme nous l'avons fait dans le chapitre consacré aux titres du CE, nous commencerons par la présentation de la distribution des catégories à l'intérieur des dimensions travaillées (section 8.1.). Ensuite, nous essayerons de savoir si la période et l'auteur des images ont une incidence significative dans la distribution de certaines catégories d'analyse à partir du test χ^2. Une fois identifiées les variables qui dépendent de la période et l'auteur, nous chercherons à l'intérieur de chaque croisement des paires de variables, les cas qui s'éloignent de la situation d'indépendance, à travers le calcul de l'écart résiduel standardisé (8.2.). Une troisième section de ce chapitre sera consacrée à l'étude du fonctionnement intradimensionnel des cas les plus complexes (8.3.). Nous poursuivrons ensuite, avec des analyses des associations entre plusieurs dimensions d'analyse (8.4.). Dans une dernière étape, nous effectuerons une analyse intégrale, en considérant toutes les dimensions d'analyse (8.5.). La section 8.6. présentera des réflexions générales comme conclusion de ce chapitre.

Les analyses présentées au cours de ce chapitre visent à étudier, d'une manière approfondie, les procédés mis en oeuvre pour construire une image critique du Président Chirac en même temps qu'elles essaient de délimiter quels aspects de cette image sont les plus attaqués. Même si dans certains cas les dimensions de contenu et de forme peuvent être indépendantes, nous supposons qu'il y aura des interrelations ponctuelles que nous visons à identifier. En effet, à partir d'une de nos hypothèses de travail, nous cherchons à établir une relation entre la construction d'un trait de caractère spécifique du personnage et l'utilisation d'un même groupe de procédés satirico-humoristiques.

En ce qui concerne l'incidence des variables de caractérisation, nous prévoyons - comme pour le cas des titres- que les dimensions de contenu seront plus sensibles au contexte temporel que celles de forme. D'autre part, les images présentent la dimension *auteur*, absent dans les titres, et ce sera très intéressant d'étudier son poids dans l'application du système catégoriel construit, ainsi que de voir de quelle manière elle s'associe avec les autres dimensions. Il se peut que les dimensions de forme seront plus liées à l'auteur qu'à la période considérée.

8.1 Distribution des images selon les dimensions de caractérisation, contenu et forme

Comme nous l'avons fait dans le chapitre précédent, nous commencerons par les dimensions de caractérisation (périodes, type d'image, page et emplacement), nous poursuivrons avec celles qui se réfèrent au contenu, le *quoi*, (personnages représentés, thématiques abordées, rapports construits entre les personnages, goûts et habitudes, et traits de personnalité attribués au personnage présidentiel) et nous finirons ensuite avec les dimensions plus liées à la forme, le *comment,* c'est-à-dire les procédés du discours satirico-humoristique. Ces dimensions s'appliquent à des moyens d'expression exclusivement visuels (actions, gestes, activités réalisées, posture du corps, expressions faciales des émotions, prise de parole, vêtements du personnage présidentiel, décor représenté, et proxémique entre les personnages) ; à des procédés exclusivement verbaux (modalités d'énonciation des phrases attribuées au personnage présidentiel -position énonciative- et registre de langue) ; et à des procédés visuels et verbaux se distinguant les uns des autres (les figures rhétoriques et les références culturelles linguistiques et icono-plastiques). Les figures visuelles présentent quelques modifications, déjà évoquées dans les chapitres 4 et 5. Pour les cas des dimensions de contenu, elles se réfèrent à des composantes visuelles et verbales sans distinction. C'est-à-dire que pour déterminer les personnages représentés, les thématiques abordées, les rapports construits entre les personnages, les goûts et habitudes, et les traits de personnalité attribués au personnage, nous avons considéré autant les signes linguistiques que les signes icono-plastiques[293]. Or, avant de présenter la distribution des dimensions d'analyse, il est important de préciser que plusieurs d'entre elles ne sont pas forcément présentes dans toutes les images : les goûts et habitudes, les traits de caractère du personnage présidentiel et les rapports entre les personnages au niveau du contenu ; la représentation visuelle et la position énonciative du personnage présidentiel, le décor, les figures rhétoriques icono-plastiques et linguistiques, les références culturelles icono-plastiques et linguistiques, et le registre de langue, pour ce qui concerne le niveau de la forme. C'est pour cette raison que quand N (nombre total d'individus) ne correspond pas aux 405 images analysées, nous le préciserons dans les graphiques.

La Figure 8.1. rend compte, pour chaque dimension, du nombre d'images auxquelles ces dimensions ont pu être appliquées. Celles qui présentent les valeurs les plus élevées sont les registres de langue (on constate seulement cinq images où il y a absence de signes linguistiques), les traits de caractère et les figures rhétoriques verbales. Pour la macro-dimension qui porte sur la représentation visuelle du personnage, le total de 352 correspond aux caricatures et *strips* où le personnage Chirac est dessiné. Ensuite, on trouve les rapports entre les personnages, suivis du décor. Il y a une différence quantitative considérable entre les figures rhétoriques et les références culturelles icono-plastiques et linguistiques. La dimension qui réunit les plus faibles fréquences d'apparition correspond aux goûts et habitudes associés au personnage, une dimension bien spécifique qui est complémentaire à celle sur les traits de

[293] La prise en considération du verbal pour le cas des personnages représentés s'explique par le fait que nous incluons dans l'analyse les images où l'on parle du personnage présidentiel même s'il n'est pas dessiné.

caractère. Les références culturelles restent les procédés les moins fréquents, ce qui peut obéir à leur côté facultatif déjà mentionné dans le chapitre précédent.

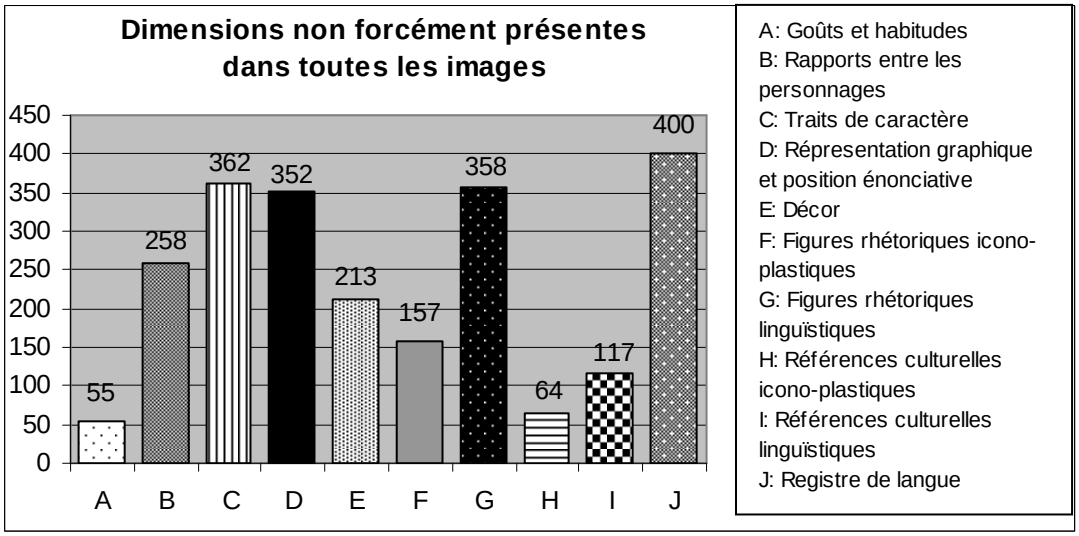


Figure 8.1. Nombre d'images auxquelles les dimensions mentionnées ont pu être appliquées. Pour les cas où il y a plus d'une catégorie (à l'intérieur d'une dimension) par image, nous avons comptabilisé la présence ou l'absence de la dimension. Les valeurs correspondent à des fréquences absolues.

8.1.1 Dimensions de caractérisation

A partir des choix qui ont servi à délimiter notre corpus, nous avons, dans un premier moment, comptabilisé 410 images qui se réfèrent directement ou indirectement au président Jacques Chirac –que ce soit dans le message visuel ou le message verbal qui composent l'image- pendant les quatre périodes d'analyse sélectionnées. Nous avons exclu de nos analyses les images qui n'ont pas été produites par les membres du CE : les photos et photomontages (quatre) et un dessin qui avait été publié dans un journal étranger et que l'hebdomadaire français avait reproduit. Même si le choix de les publier rend compte d'un positionnement de ce dernier, il nous intéresse d'analyser sa production à lui. Ceci dit, notre corpus défini est composé de 405 images.

8.1.1.1 La période

Pour aider le lecteur, nous présentons à nouveau le corpus d'images du *Canard enchaîné.* Les 405 images qui le constituent se distribuent dans les quatre périodes considérées de la façon suivante (voir Tableau 8.1.). Comme pour les titres du CE, l'application du χ^2 (5.97 ; $p<0.10$) pour la totalité des titres et des images montre que la distribution du nombre d'images selon les périodes ne présente pas une variation significative.

Période d'analyse	Images	Images/Numéro
1995 (13 numéros)	111	8,5
1997 (7 numéros)	72	10,3
2002 (14 numéros)	133	9,5
2005 (9 numéros)	89	9,8
T : total **M : moyenne**	**T :** 405	**M :** 9,4

Tableau 8.1. Nombre d'images qui constituent le corpus du CE, distribuées selon la période analysée.

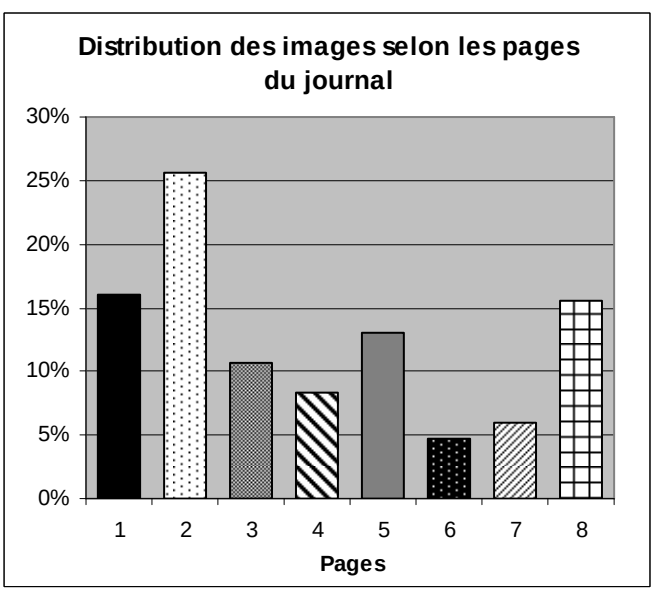
8.1.1.2 Le type d'image

Des 405 images considérées, 373 sont des caricatures politiques et 33 des *strips* politiques ou caricatures à plusieurs vignettes.

8.1.1.3 La page

La Figure 8.2. (a) montre la distribution des 405 images dans les huit pages du journal. Ce sont les caricatures de la deuxième page, dans la rubrique *La Mare aux Canards,* les plus nombreuses (26%). Elles correspondent en grande partie au dessinateur Escaro, dont ses dessins sont publiés exclusivement dans cette page. Ce sont des dessins de petite taille –la largeur ne dépasse pas la colonne- qui accompagnent les échos, de manière qu'une bonne partie de ces derniers ont une image liée au sujet abordé. La consigne est alors de présenter plusieurs images de petite taille.

La première et la dernière page occupent la deuxième place avec 16% des images, ce qui n'est pas étonnant compte tenu de l'importance, dans la logique du journal, de la Une et la Fausse Une. Celle qui suit est la page 5, avec 13% des cas. C'est la première page de la rubrique *Canardages,* dans laquelle on publie des informations diverses, non forcément politiques. Ensuite, on trouve la troisième page, qui appartient à la rubrique *La Mare aux Canards* (11%), qui est consacrée aux enquêtes journalistiques, et la page 4 (8%), où l'on publie des articles politiques. Les pages consacrées à la critique médiatique et artistique, 6 et 7, sont celles qui présentent le plus petit nombre d'images sur Jacques Chirac : 6% et 5% respectivement.



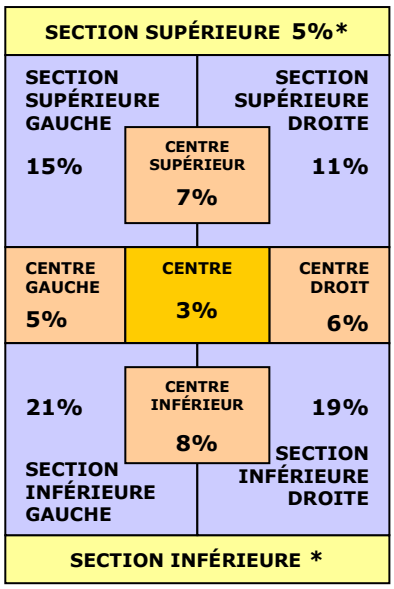


Figure 8.2. (a) A gauche, la distribution des pages où les images furent publiées. **(b)** A droite, le pourcentage qui correspond à l'emplacement des images dans la page.

8.1.1.4 L'emplacement

La Figure 8.2. (b) permet de voir que le cadre inférieur est le plus utilisé, avec 21% des cas pour le cadre inférieur gauche et 19% pour le droit. Ensuite, on trouve les cadres supérieurs (15% pour le gauche et 11% pour le droit). Le centre inférieur de la page atteint 8% des images alors que le centre supérieur atteint 7%. Le centre droit vient ensuite avec 6% des cas et puis le centre gauche (5%). Ces valeurs mettent en lumière le fait que la partie inférieure de la page réunit davantage d'images : 48% contre 33% pour la partie supérieure et que le côté gauche de la page est le préféré pour insérer les images (41% contre 36%). La section supérieure ou inférieure, qui prend la largeur de la page, réunit 5% des cas et le centre, enfin, les 3% restant.

8.1.1.5 L'auteur

Le CE s'offre une grande diversité de styles de dessins, et le nombre des créateurs de notre iconographie chiraquienne rend compte de cela. Au cours des quatre périodes historiques analysées, nous avons comptabilisé 14 auteurs différents, avec des fréquences d'apparition pourtant bien diverses. Lors de nos entretiens avec des membres du CE, il nous a été signalé que les « dessinateurs vedettes » étaient Cabu, Pétillon et Lefred-Thouron. Cela correspond à nos résultats (voir la Figure 8.3.) : 24% d'images analysées appartiennent à Cabu, 19% à Pétillon et 13% à Lefred-Thouron. Il faut aussi ajouter Escaro, qui réunit 14% des dessins publiées dans la deuxième page de l'hebdomadaire. Kerleroux a dessiné 8% de notre corpus d'images, Cardon 6%, Delambre 4%, Pancho 3% et Kiro 2%. A cause de la faible présence des dessins portant sur Jacques Chirac, nous avons regroupé Brito, Guiraud, Potus, Shertman et Wozniak, qui, tous ensemble représentent 5% des images considérées.

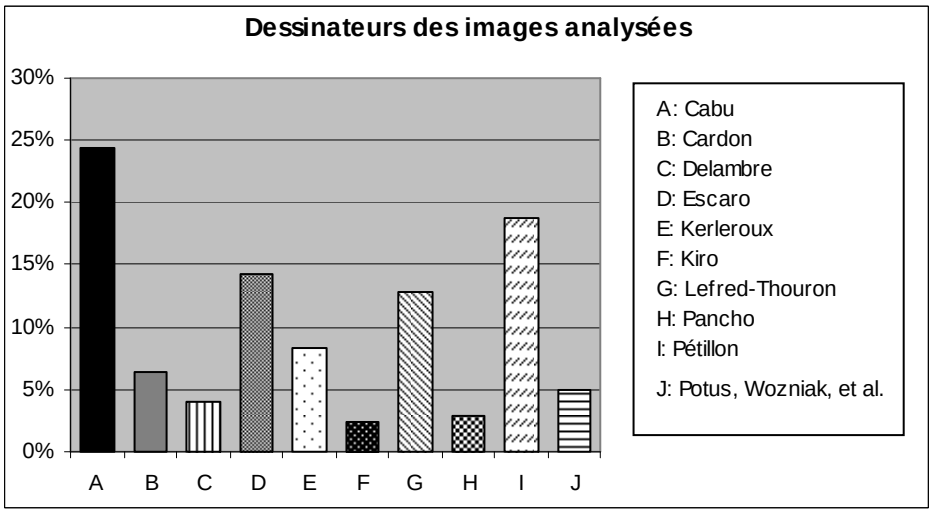


Figure 8.3. Dessinateurs des images publiées sur Jacques Chirac pendant les quatre périodes considérées.

8.1.2 Dimensions du contenu

Pour l'analyse de ces dimensions, nous avons considéré les signes linguistiques et iconoplastiques d'une manière intégrale, sans distinguer les uns des autres.

8.1.2.1 Les personnages

De l'ensemble d'images qui portent sur le président Jacques Chirac, 87% l'ont représenté graphiquement. Les 13% restant sont constitués par des images qui font référence verbale au personnage. La Figure 8.3. montre que dans 23% des cas, J. Chirac est tout seul, dans 15% il est avec son Premier Ministre et dans 8%, avec sa famille. La représentation du chef de l'Etat avec le peuple ou les citoyens français ou étrangers et les médias comprend 6% des images, celle avec les conseillers 5%, avec les adversaires politiques 5% également, avec les partisans politiques 4% et avec les gouvernants étrangers 2% seulement. La représentation d'autres personnes, qui ne peuvent pas être inclues dans les catégories précédentes, réunit 3% du total. Deux catégories mixtes regroupent des cas de combinaison d'au moins deux des catégories déjà mentionnées. Les images qui portent sur J. Chirac avec des acteurs non politiques (la famille, le peuple ou les médias, et d'autres personnes) ou bien sur J. Chirac avec, à la fois, des acteurs politiques (adversaires ou partisans politiques, Premier Ministre) et non politiques représentent 8% du total, tandis que celles qui portent sur le Président avec des acteurs politiques divers totalisent 7% des cas.

De ce que nous venons de dire, on apprend qu'au moins dans 37% des caricatures ou *strips*, le chef de l'Etat est dessiné avec des acteurs politiques tandis qu'il est représenté avec des acteurs non politiques dans au moins 14% des images. Rien de surprenant dans ces résultats. Ce qu'il vaut la peine de détailler, néanmoins, c'est que la famille de J. Chirac et notamment sa femme Bernadette, apparaît dans des contextes où l'on aborde des sujets politiques. On ne trouve pas de dessins où l'on se réfère exclusivement à la vie privée du Président.

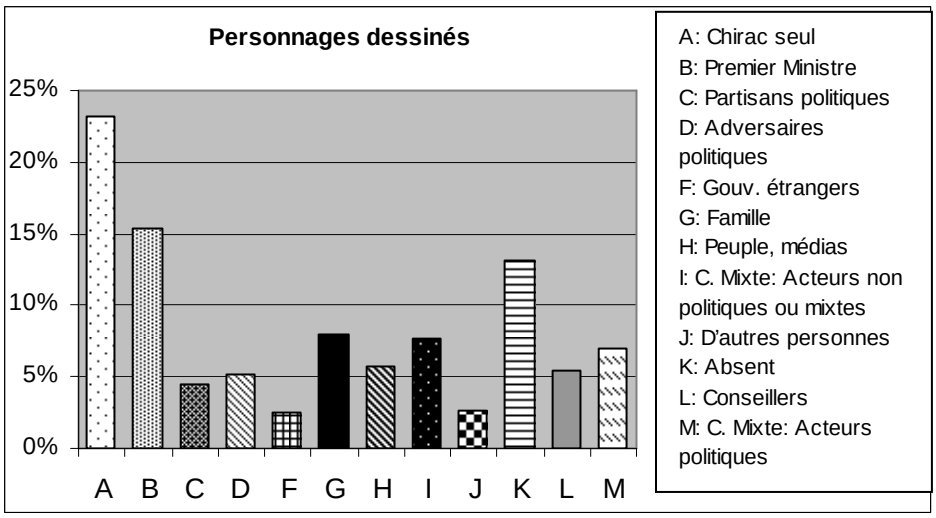


Figure 8.4. Personnages dessinés dans les images qui constituent le corpus du CE. Les catégories mixtes (C. Mixte) combinent deux catégories d'analyse.

8.1.2.2 Les thématiques abordées

Comme pour l'analyse des titres, le sujet qui l'emporte est lié à la participation citoyenne, avec 31% des cas (voir la Figure 8.5.): des élections présidentielles, législatives et des référendums. Cela obéit au choix des périodes analysées. Par contre, le deuxième sujet en importance n'est pas la communication politique du Président (qui vient en troisième place avec 16% des images) comme c'était le cas des titres, mais les thématiques mixtes, qui, elles, réunissent 19% des dessins. Nous croyons que cela est une particularité des images satiriques et comiques, qui parmi les moyens utilisés, se servent de la combinaison de deux sujets qui n'ont pas un rapport direct entre eux. Grâce à notre analyse, nous avons appris qu'il est assez caractéristique des images du CE, de lier les deux sujets principaux de la semaine.

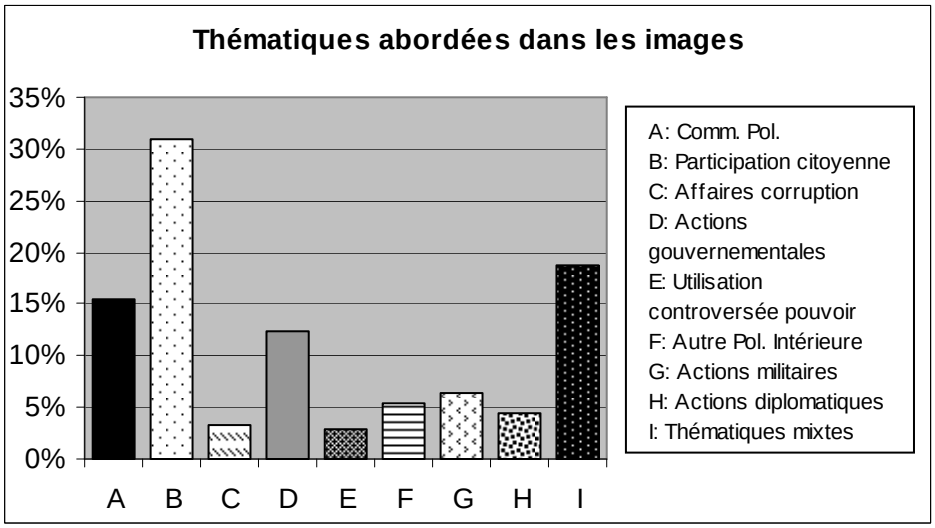


Figure 8.5. Thématiques abordées dans les images qui constituent le corpus du CE.

Les thématiques sur des actions gouvernementales viennent ensuite avec 12% des cas, suivies un peu loin par les sujets qui se réfèrent à des actions militaires (6%), des sujets non spécifiés de politique intérieure (5%) et des actions diplomatiques ou des négociations de la

France avec d'autres pays (4%). La dernière place en importance est partagée par les sujets qui impliquent l'utilisation controversée du pouvoir, dont la dissolution de l'Assemblée Nationale en 1997, et les affaires de corruption ; les deux catégories comprennent 3% des cas chacune. Il est très intéressant de signaler que dans les titres, les affaires douteuses qui pourraient impliquer le Président occupent la troisième place en fréquence d'apparition. On voit ainsi que ce sujet semble être plus usuel dans les titres, même si plusieurs des dessins combinent celui-ci avec d'autres sujets (thématiques mixtes). Les articles qui abordent les affaires de corruption ont une place privilégiée au sein du journal et plusieurs des enquêtes journalistiques réalisées par le CE s'y consacrent.

8.1.2.3 Les rapports entre les personnages

La moitié des rapports construits entre le président Chirac et d'autres personnages représentés dans les dessins sont de collaboration, 23% sont d'antagonisme et 27% sont neutres. On trouve ici une grande différence avec les titres, où les rapports de collaboration étaient de 26%. Cela peut obéir au fait qu'il y a davantage des cas où J. Chirac est dessiné avec ses collaborateurs qu'avec des personnes plus susceptibles d'avoir des rapports d'antagonisme. Dans une analyse ultérieure (section 8.4.2.), nous nous interrogerons justement sur la combinaison entre ces deux variables d'analyse : les personnages représentés et les rapports construits entre eux.

8.1.2.4 Les goûts et habitudes du personnage

Nous aborderons ici certains goûts et habitudes que les dessinateurs attribuent au personnage présidentiel. Du total des dessins, seulement 55 présentent l'une des catégories positives de cette dimension d'analyse, la plupart correspondant à la catégorie *absent*, catégorie négative puisqu'elle comptabilise les cas qui ne s'appliquent pas aux autres catégories spécifiées. En prenant les 55 cas comme total [Figure 8.6. (a)], 34% présentent le Président comme quelqu'un qui aime plaisanter, et 33% donnent l'image d'un personnage populaire, dans le sens où c'est un bon vivant, qui aime la nourriture et la bière, qui dit des gros mots et qui a l'habitude de regarder les matchs de football à la télévision. Dans 20% des cas, J. Chirac est représenté comme un homme politique charismatique, qui aime : serrer la main des gens, les campagnes électorales, le Salon de l'Agriculture et les animaux. Dans 13% des dessins, il est présenté comme ayant Charles de Gaulle comme modèle d'action et de conduite.

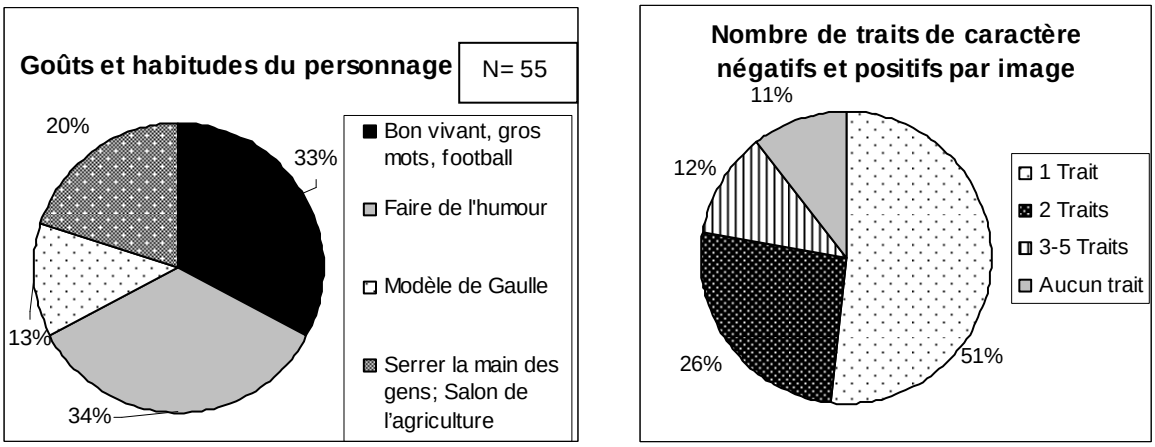


Figure 8.6. (a) A gauche, représentations des goûts et habitudes du personnage Chirac. **(b)** A droite, nombre de traits de caractère identifiés par image.

8.1.2.5 Les traits de caractère du personnage

En ce qui concerne le nombre de traits de caractère par image, la Figure 8.6. (b) nous permet d'apprécier que, comme pour les titres, la présence d'un seul trait par dessin est le cas le plus habituel (51%). Un quart des images présentent deux traits et 12% de trois à cinq traits. Le pourcentage le plus bas correspond aux images dans lesquelles nous n'avons pas identifié de traits de caractère. Il y a une densité considérable de traits dans les images, proportionnellement plus importante que dans les titres. La combinaison triple, quadruple ou quintuple de traits de caractère dans un même dessin est plus élevée ici, ce qui rend compte d'un terrain plus propice que le purement verbal des titres pour la construction multiple de possibles sens associés au personnage.

Comme nous l'avons signalé pour le cas des titres, les traits de caractère qui sont associés au personnage Chirac sont en bonne partie négatifs. Nous avons recensé 482 traits négatifs contre 118 positifs. Le Tableau 8.2. organise les groupes des catégories des traits de caractère dans des ensembles plus inclusifs, que nous appelons sous-dimensions. La croix signale les cas où chaque sous-dimension a été identifiée dans les traits négatifs et positifs. On peut apprécier que quatre des quatorze catégories n'ont pas été identifiées parmi les traits positifs.

Sous-dimensions des traits de caractère	Catégories	Présence de traits négatifs	Présence de traits positifs
Compétence	- Formation et Intelligence	**X**	**X**
	- Efficacité	**X**	**X**
Intégrité	- Modestie	**X**	
	- Morale	**X**	
	- Sincérité	**X**	
Fiabilité	- Stabilité émotionnelle et rationalité	**X**	
	- Capacité de décision	**X**	**X**
	- Loyauté	**X**	**X**
	- Responsabilité	**X**	**X**
Charisme et Empathie	- Attributs physiques	**X**	**X**
	- Aptitudes communicationnelles	**X**	**X**
	- Autorité	**X**	**X**
	- Aptitudes empathiques	**X**	**X**
	- Popularité	**X**	**X**

Tableau 8.2. La dimension qui porte sur les types de traits de caractère présentée en fonction de ses sous-dimensions et catégories d'analyse.

Contrairement aux titres, la sous-dimension qui est en tête parmi les traits négatifs [voir la Figure 8.7. (a)] est la fiabilité (30% des images) et non pas l'intégrité et le charisme et l'empathie. Ces deux sous-dimensions sont très proches l'une de l'autre, réunissant 26% et 27% des dessins respectivement. La compétence reste la dernière sous-dimension en fréquence d'apparition avec 17% des cas. La différence n'est pas très significative entre les trois premières sous-dimensions de traits, les dessinateurs étant plus équilibrés dans la critique faite au personnage. Il faut pourtant souligner qu'ils s'acharnent davantage en ce qui concerne la crédibilité du président et moins dans sa compétence.

Quant aux traits de caractère positifs [Figure 8.7. (b)], la tendance principale des titres se répète : le charisme et l'empathie l'emportent avec 67% des images (cette sous-dimension étant encore plus représentée que dans les titres) et la moins fréquente, dans ce cas directement nulle, est l'intégrité. Les traits positifs liés à la compétence occupent la deuxième place (19%) et ceux liés à la fiabilité, la troisième place (14%). On voit ainsi que le côté fort de J. Chirac, d'après les dessinateurs du CE, reste son charisme et son empathie et le plus faible son intégrité.

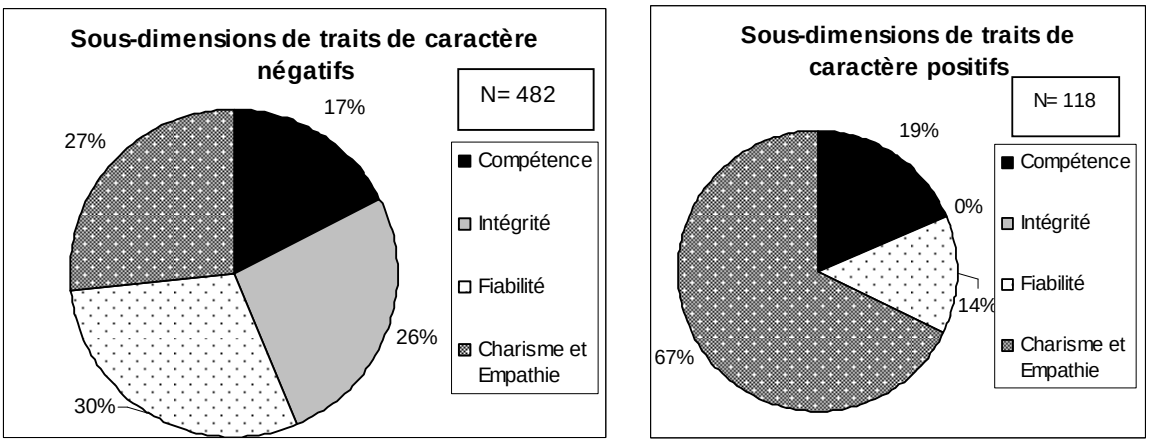


Figure 8.7. (a) A gauche, distribution des traits de caractère négatifs selon les quatre sous-dimensions considérées. **(b)** A droite, distribution des traits de caractère positifs.

Nous détaillerons par la suite quels sont les traits de caractère négatifs et positifs identifiés dans les images de l'hebdomadaire comme étant attribués au président Chirac. La Figure 8.8. montre que l'ensemble de catégories sont présentes dans les traits négatifs alors que ce n'est pas le cas pour les traits positifs : les attributs de modeste, honnête, sincère et stable et rationnel étant absents. A première vue, ce qui se détache est la haute fréquence des dessins qui présentent le personnage comme pourvu d'autorité (44%). Ceci veut dire que presqu'une image sur deux de celles où l'on trouve des traits positifs, correspond à cet attribut. Sa version négative n'apparaît que dans 5% des images. Il faut dire que ce trait de caractère est le plus fréquent si l'on comptabilise les cas positifs et négatifs. En effet, au cours des analyses des caricatures et *strips*, nous avons remarqué l'importance que les dessinateurs donnent à l'image d'autorité du Président, dans ses rapports avec son Premier Ministre, les ministres du gouvernement et d'autres acteurs politiques.

Contrairement aux traits positifs, la distribution des traits négatifs est plus équilibrée. Les plus fréquents correspondent à la catégorie menteur, opportuniste, hypocrite et trompeur et à celle qui renvoie au manque de stabilité émotionnelle et de rationalité du personnage, avec 13% des cas chacune. Les catégories qui les suivent de tout près (11%) sont l'inefficacité et l'impopularité attribuées au personnage, et ensuite la malhonnêteté (10%). Il vaut la peine de signaler que même si les affaires de corruption constituent la dernière thématique en fréquence d'apparition dans les images, le trait qui correspond à la malhonnêteté est l'un des plus importants. Cela veut dire que soit il émerge dans des dessins avec des thématiques mixtes, soit il apparaît de manière associée dans d'autres types de sujets traités dans les images. Le manque d'aptitudes communicationnelles (mauvaise écoute, non diplomate, non convaincant, faire un spectacle de la politique, entre autres) représente 7% des images, l'indécision et l'incertitude 6%, de même que le manque de lucidité et la maladresse. Le reste des catégories négatives étant au-dessous de 5%.

En ce qui concerne les traits positifs, ceux qui atteignent les valeurs les plus élevées après la caractérisation de J. Chirac comme étant pourvu d'autorité sont : la détermination et la confiance en soi (11%), les aptitudes empathiques (10%), l'efficacité et l'intelligence (9% respectivement) et la popularité (7%). L'emphase de certains traits au-dessus des autres dépendra sûrement du contexte politique mais peut-être aussi certaines tendances dans les choix des dessinateurs. Nous aborderons ces aspects un peu plus bas.

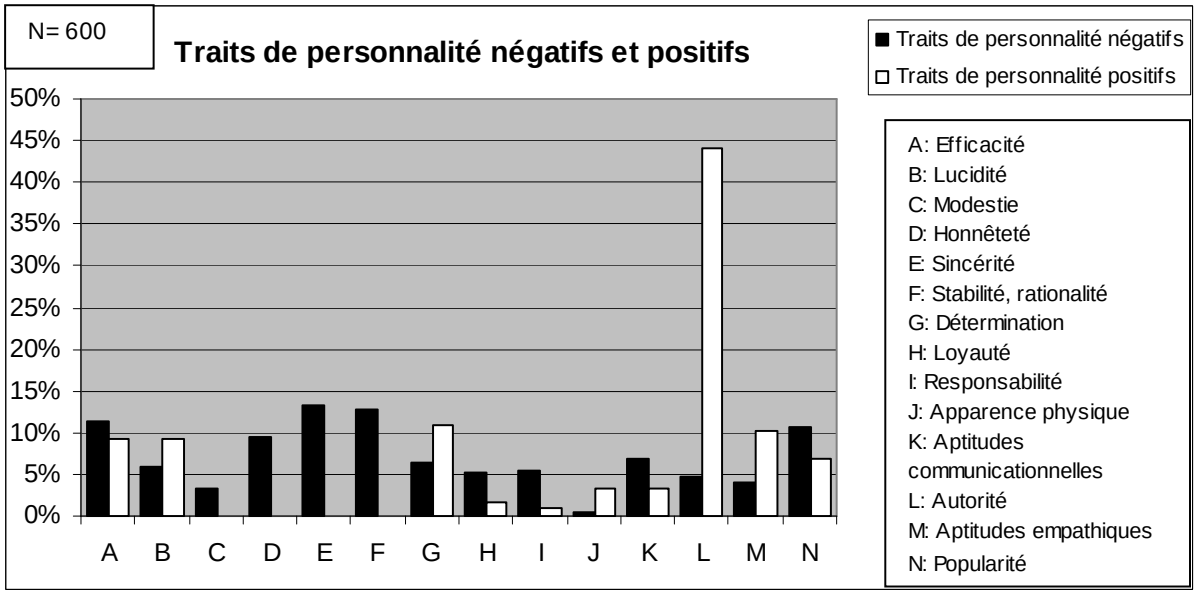


Figure 8.8. Distribution des traits de caractère négatifs et positifs identifiés dans les images qui constituent notre corpus.

8.1.3 Dimensions de la forme

Dans les paragraphes qui suivent, nous ferons référence aux procédés que le CE met en place pour construire une image critique du président Chirac, en nous centrant tout d'abord sur la représentation visuelle du personnage. Comme nous l'avons précisé dans le chapitre sur les dimensions et catégories d'analyse, il y a celles qui se trouvent plus dans l'ordre de l'observable et dont leur classification répond plutôt au sens commun, et d'autres qui exigent une analyse spécifique, résultat d'une étude ainsi que d'un positionnement par rapport à certains courants théoriques. Dans le premier groupe on trouve l'ensemble de dimensions qui rendent compte de la représentation visuelle du personnage : ses actions, ses expressions, ses vêtements, etc. ; ainsi que le décor. Il faut préciser qu'il y a 13% des cas où Jacques Chirac n'est pas représenté mais sa référence est présente dans le message verbal. Ce chiffre s'applique à toutes les dimensions de la macro-dimension sur la représentation visuelle du personnage (les pourcentages présentés correspondent au total de 405 images). En ce qui concerne le groupe des dimensions qui requièrent un positionnement théorique, on trouve celles qui renvoient au registre de langue utilisé, aux figures rhétoriques et aux références culturelles. Le premier groupe de dimensions que nous considérons s'applique exclusivement aux signes icono-plastiques.

8.1.3.1 Actions, gestes et activités réalisées par le personnage

La Figure 8.9., qui représente les actions et gestes, montre que le Président est représenté comme un homme politique actif (69%) plutôt que passif (18%). On a une description plus détaillée des activités réalisées par le personnage dans la Figure 8.10. (a). On observe que dans la moitié des cas il travaille et dans 18% des images il joue (soit un jeu ou un sport, soit un rôle fictif), contre 6% des cas où il se repose ou mange, et 4% où il consomme des médias.

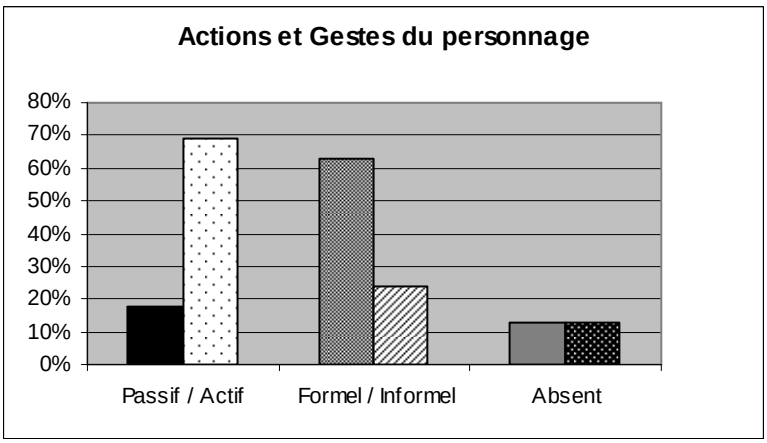


Figure 8.9. Actions et gestes relevés de la représentation visuelle du personnage Chirac.

En ce qui concerne sa gestualité, on peut dire que dans 63% des cas, les gestes du chef de l'Etat sont formels, c'est-à-dire qu'ils s'encadrent dans les normes de formalité que l'on attend de celui qui accomplit une telle fonction publique et qui sont partagées par la société française –voire occidentale. Dans 24% des images, ses gestes sont informels : il appuie sa main sur un meuble, il tient ses mains dans les poches, etc.

8.1.3.2 Posture du corps du personnage

Le personnage est dessiné debout dans presque la moitié des images analysées [voir la Figure 8.10. (b)] contre 24% des cas où il est assis ou allongé. 7% des caricatures ou *strips* le présentent en train de réaliser des actions énergiques (marcher, courir, voler dans l'air, nager, escalader, etc.). Celles-ci correspondent souvent à une représentation fictive du personnage, dans laquelle il joue un rôle non lié avec la fonction du Président.

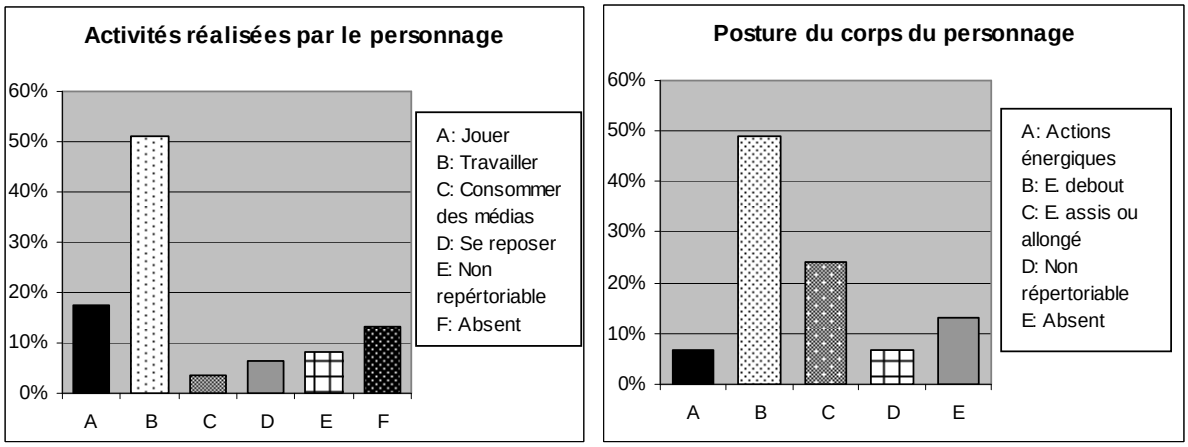


Figure 8.10. (a) A gauche, on illustre les activités menées par le personnage Chirac, regroupées en quatre catégories spécifiques. **(b)** A droite, la posture du corps du personnage Chirac est considérée à partir de trois catégories.

8.1.3.3 Expressions faciales des émotions du personnage

L'expressivité faciale du personnage représenté peut nous donner beaucoup d'informations sur son état d'âme et indirectement, sur les traits de caractère qui peuvent lui être attribués. La Figure 8.12. permet d'apprécier que dans la majorité des cas (35%) il est

sérieux, dans 23% des cas il est souriant, dans 10% il est inquiet ou mal à l'aise et il est autant de fois fâché que triste (5%). Les 20% restant correspondent à des cas non répertoriables ou dans lesquels Jacques Chirac n'est pas dessiné dans les images analysées (absent). Certaines de ces émotions ont une forte corrélation avec des situations concrètes : il peut être triste parce qu'il a subi un échec lors d'un suffrage ou il est inquiet à cause des affaires de corruption dans lesquelles il serait impliqué. Le sérieux est l'expression la plus habituelle, ce qui peut être prévisible. Le Président est néanmoins dessiné en train de sourire dans un quart des cas, et ceci n'est pas négligeable. Cela contribue dans l'image d'un homme sociable qui fait de l'humour (voir la dimension Goûts et habitudes du personnage).

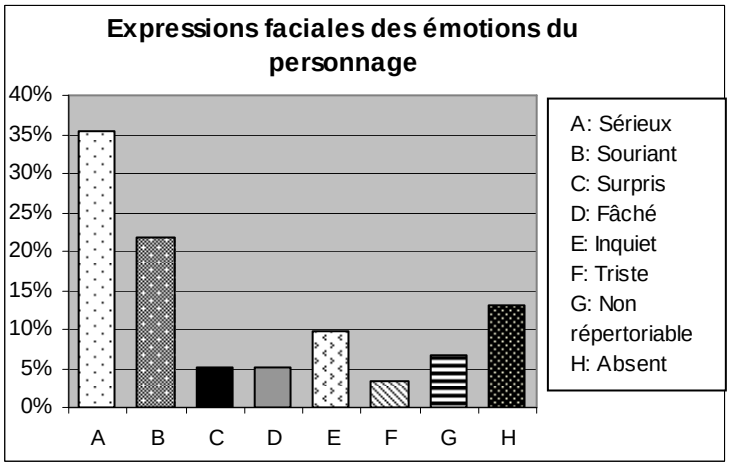


Figure 8.11. Distribution des catégories qui se réfèrent aux expressions faciales de J. Chirac dessinées dans les images qui constituent notre corpus.

8.1.3.4 Prise de parole du personnage

Le Président est en train de parler ou de crier dans 44% des images où le personnage est dessiné [Figure 8.12. (a)], encore que la plupart correspondent à la première action. Il dialogue dans 17% des dessins, il écoute dans un autre 12% et il réfléchit dans 4%. La catégorie non répertoriable réunit 9% des dessins, ceux dans lesquels le personnage ne parle pas. Ces résultats sont intéressants car ils nous permettent de voir que les dessinateurs présentent cet homme politique comme quelqu'un de loquace, qui maintient davantage des monologues que des dialogues et qui se limite à écouter dans beaucoup moins de cas.

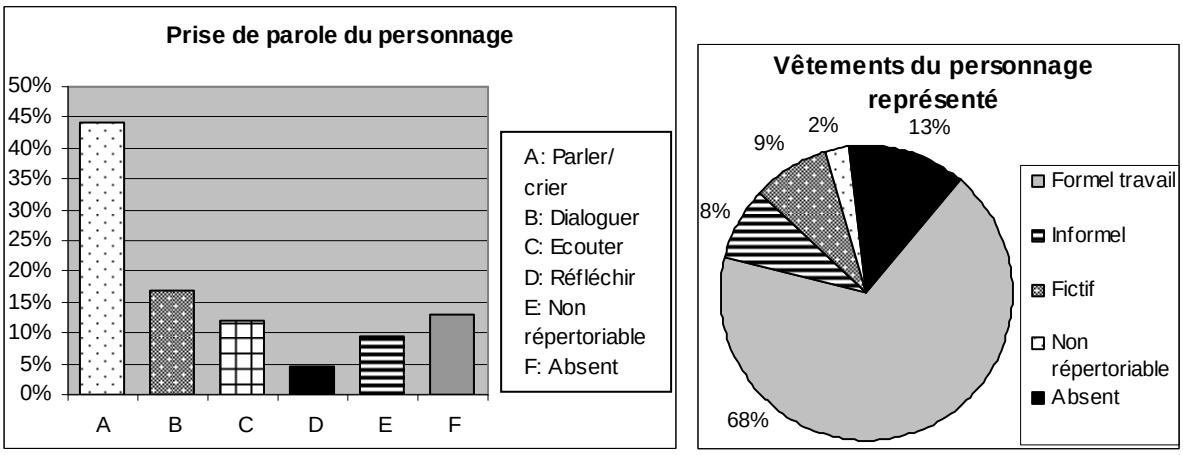


Figure 8.12. (a) A gauche, actes de communication verbale du président, considérées à partir de quatre catégories particulières. **(b)** A droite, distribution des tenues portées par le personnage Jacques Chirac dans les images qui constituent notre corpus.

8.1.3.5 Vêtements du personnage

La représentation des vêtements effectuée par les dessinateurs reste assez traditionnelle [voir la Figure 8.12. (b)] car dans 68% des images le Président porte des tenues formelles de travail : costume, manteau, chemise, cravate, –non forcément toutes présentes à l'exception de la dernière qui est toujours dessinée dans cette catégorie. Un 8% des images présentent le chef de l'Etat avec des tenues informelles : manches de chemise retroussées, noeud de cravate lâche, pyjama, pantoufles, serviette autour du cou, T-shirt et pantalon sportif, maillot de bain ou torse nu. Dans 9% des cas ses tenues sont fictives ou fantaisistes, que ce soit des vêtements d'un super héros, d'un Dieu grec ou d'un Romain ou bien des vêtements qui ne correspondent pas à sa fonction publique, comme ceux d'un cycliste ou des uniformes militaires. Seulement 2% des images ne correspondent pas aux catégories décrites. Dans la plupart des cas, il s'agit de celles où les vêtements ne sont pas dessinés à cause du cadre de l'image.

8.1.3.6 Décor représenté

L'étude du décor des dessins nous offre également des informations intéressantes qui contribue dans la construction de l'image du personnage en question, quoique dans la moitié des cas le contexte ne soit pas dessiné. Ceci peut s'expliquer par le fait que l'une des caractéristiques des dessins de presse est l'économie dans la représentation, et de par nos résultats, le contexte ne semble pas être considéré comme un élément indispensable pour reconnaître la situation représentée, voire pour transmettre un message. Les résultats que nous présenterons (voir la Figure 8.13.) sont indépendants du fait que J. Chirac soit dessiné. Dans 19% des images, J. Chirac est représenté dans son bureau, dans une salle de réunion ou dans un endroit de l'Elysée autre que les endroits précédents (façade, jardins). Dans 8% des cas il est chez lui ou dans son lieu de vacances, dans 4% il est dans un plateau de télévision, dans une radio ou dans une salle de conférence et dans 3% dans un contexte fictif, tel que l'espace, un temple romain, un ring de combat ou un cirque. Les autres catégories du décor ne sont pas forcément celles où Jacques Chirac est dessiné : 8% des situations représentées se situent en

plein air (dans la rue, devant un bâtiment, dans l'air, etc.) et 11% dans un contexte non spécifié.

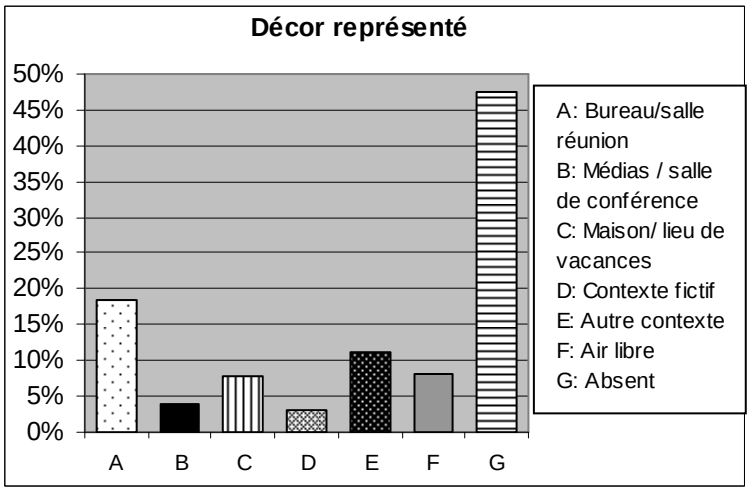


Figure 8.13. Contexte où se déroule la situation recrée dans les images qui constituent notre corpus.

8.1.3.7 Proxémique entre les personnages

La Figure 8.14. (a) permet rapidement de voir que dans la plupart des cas (57%), Jacques Chirac n'est pas en contact avec d'autres personnages, c'est-à-dire que la construction du sens à partir du contact physique des personnes représentées reste limitée. Dans 5% des images il est en contact pour signifier un rapport de collaboration avec les autres et dans 2% il est en contact en rapport d'antagonisme. 23% des images correspondent aux cas où il est tout seul et dans 13% où il est absent.

Les deux dimensions qui suivent s'appliquent exclusivement aux signes linguistiques.

8.1.3.8 Position énonciative du personnage

Nous aborderons ici les modalités d'énonciation des phrases que les dessinateurs attribuent au président Chirac. Dans la Figure 8.14. (b), on apprend que les phrases exclamatives (35%) sont d'une énorme utilité pour les auteurs des images. Elles servent généralement à mettre l'accent sur quelque chose et sont très fréquentes dans les chutes d'une blague : c'est la réponse inattendue, par exemple. Appliquée au personnage étudié, on pourrait parler de quelqu'un d'expansif, qui s'exprime avec effusion. Les phrases assertives viennent en deuxième place avec 23% des cas. Les phrases interrogatives atteignent 7% des images tandis que les impératives seulement 1%. Dans 21% des images J. Chirac ne parle pas. De par les résultats, on peut dire que quand il parle, il affirme ou nie davantage, qu'il pose des questions avec peu de fréquence et que très rarement il donne des ordres. Quelqu'un qui pose beaucoup de questions peut vouloir signifier de l'hésitation, de l'incertitude, comme nous croyons que c'est le cas dans une période particulière de l'analyse, mais nous reviendrons sur cela un peu plus bas. Un nombre élevé des phrases impératives pourrait contribuer à l'image d'un homme politique autoritaire, mais ce n'est pas le cas.

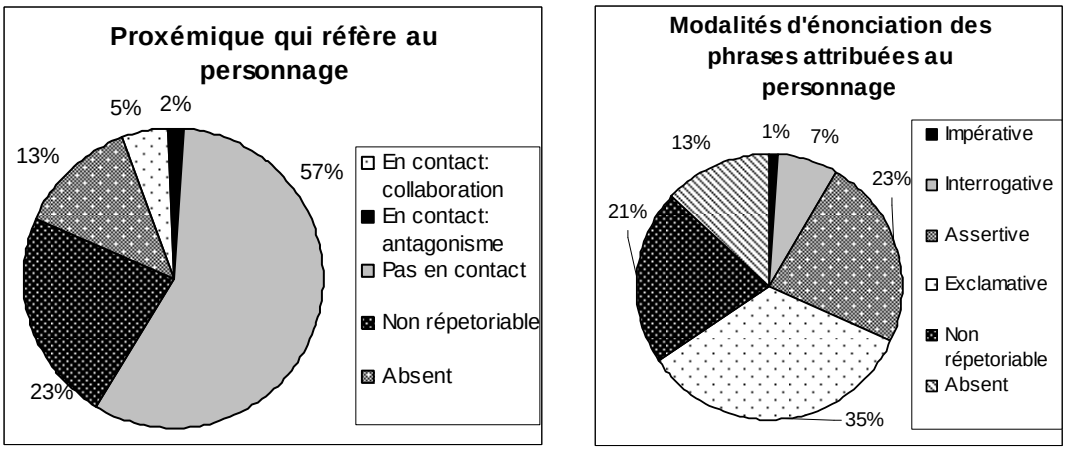


Figure 8.14. (a) A gauche, distribution de la catégorie Proxémique dans les images qui constituent notre corpus. **(b)** A droite, distribution des modalités d'énonciation des phrases proférées par le personnage.

8.1.3.9 Registre de langue

Nous ne constatons pas une différence significative entre le registre de langue prépondérant identifié dans le texte (titres, bulles) des images et le registre auquel nous avons fait référence dans le chapitre précédent. Trois quarts correspondent au registre courant (voir la Figure 8.15.), 16% au registre familier et 7% au registre populaire ou vulgaire. Le 1% restant correspond aux images qui n'ont pas de signes linguistiques.

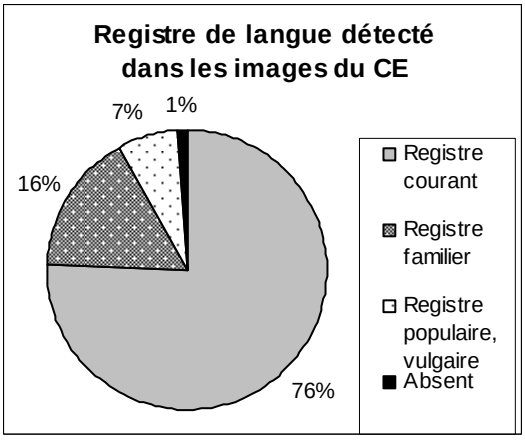


Figure 8.15. Distribution des modalités relatives au registre de langue identifié dans le texte des images qui constituent notre corpus.

Il est intéressant de signaler que le cas le plus rare, celui des phrases populaires et vulgaires, a été détecté notamment entre les personnages qui sont représentés dans les images et beaucoup moins dans les titres de celles-ci. L'attribution au Président des phrases émanant de ce registre de langue correspond à l'image d'un homme politique qui parle assez vulgairement dans son cercle privé. Nous avons déjà fait référence à ceci dans la dimension qui porte sur les goûts et habitudes du personnage : l'habitude de dire des gros mots. Cet aspect sur l'image médiatique de J. Chirac a été signalé par les journalistes et dessinateurs du CE que nous avons interviewés. La représentation d'autres personnages en utilisant un tel registre de langue peut rendre compte du caractère intime (non officielle) de la conversation.

Les deux macro-dimensions qui suivent s'appliquent aux signes linguistiques et aux signes icono-plastiques considérés de manière séparée.

8.1.3.10 Les figures rhétoriques

Le nombre de types de figures rhétoriques *différentes* identifié dans le verbal est beaucoup plus important que dans le visuel. De 555 figures dans le premier cas (c'est-à-dire, plus d'une figure par image), on en trouve 228 dans le deuxième, ce qui représente 41% plus de figures linguistiques. Si l'on inclut dans ce chiffre les cas dans lesquels il y a plus d'une figure du même groupe par image ou bien quand il y a répétition d'une même figure, le total s'élève à 605 figures linguistiques contre 238 figures icono-plastiques.

Quant aux groupes des figures les plus récurrentes (voir la Figure 8.16.), les métaphores fixes, les symboles et les métaphores créatives réunissent 59% des cas dans le visuel alors que dans le verbal ils n'atteignent que 19% des cas. On voit ainsi que l'analogie d'idées est un mécanisme essentiel en ce qui concerne les procédures satirico-humoristiques mis en œuvre dans l'icono-plastique. Le cas du symbole est également important à signaler, étant donné qu'il constitue un procédé de grande utilité pour condenser synthétiquement – à travers un signe- une idée abstraite, partagée culturellement, tel que les signes religieux. Les figures de double sens constituent également une différence à remarquer car si dans le verbal elles représentent 14% des cas, dans le visuel elles totalisent 4%.

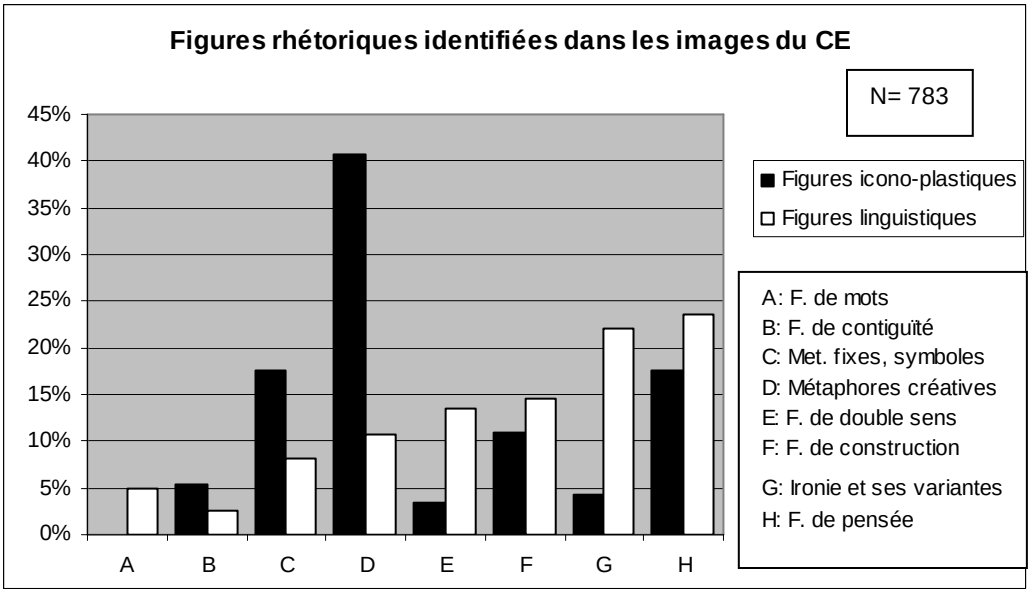


Figure 8.16. Distribution des groupes des figures rhétoriques icono-plastiques et linguistiques différents par image. Dans les cas où des figures appartenant au même groupe ont été détectées dans une même image, elles n'ont été comptabilisées qu'une seule fois.

Les résultats obtenus montrent que dans le corpus étudié, l'ironie –avec l'antiphrase et le sarcasme- trouvent dans le langage verbal un terrain plus propice : de 22% dans celui-ci, on en identifie 4% dans le visuel. Nous pensons à deux raisons qui pourraient expliquer ceci : d'une part, le lecteur est plus habitué au fonctionnement de l'ironie dans le verbal, il est moins éduqué à détecter cette figure dans l'image ; d'autre part, il est plus difficile de faire une ironie avec l'image.

Nous observons que les figures de pensée, telles que l'hyperbole, la substitution et surtout l'allusion, ont beaucoup d'importance dans les deux langages et elles sont les plus fréquentes parmi les figures linguistiques. L'allusion est une figure qui instaure un sens implicite et oblique au sens apparent que le récepteur doit actualiser mettant en œuvre diverses compétences intellectuelles. Les groupes de figures restantes, de contiguïté et de construction, ne présentent pas une différence très marquée, inférieure au 5%, par rapport à leur présence dans le langage verbal et le langage visuel. Rappelons que deux types de figures de contiguïté très habituelles dans l'icono-plastique ce sont les synecdoques (une partie pour représenter le tout), et les métonymies du signe, qui ont été exclues de la quantification pour des raisons déjà explicitées (voir la section 5.3.6.2.).

Nous ferons maintenant une analyse plus minutieuse des figures linguistiques et icono-plastiques. Les figures linguistiques identifiées dans les images rendent compte d'une plus grande variété de types que pour les figures icono-plastiques (voir les Figure 8.18.). La Figure 8.17. illustre les cas les plus récurrents parmi les figures linguistiques, y compris ceux où plus d'une figure du même groupe apparaît dans une image ou bien ceux où il y a des répétitions d'une même figure. L'allusion, parmi les figures de pensée, est à la tête avec 14% d'occurrences, quoique si à l'ironie et l'antiphrase (13%), on additionne le sarcasme, toutes les trois ensemble réunissent 21%. L'ironie et ses variantes émergent donc comme le premier choix des dessinateurs lorsqu'il s'agit de travailler humoristique et satiriquement le texte des images. Les métaphores créatives et fixes occupent la troisième place avec 8% d'occurrences respectivement. Des figures de double sens, la syllepse est la plus habituelle (6%), le jeu de mots et le calembour ne réunissant que 3% et 2% respectivement. Parmi les figures de construction, l'ellipse atteint 5% et l'antithèse 2%, alors que des figures de mots, la plus récurrente est l'apocope (1%). Les métonymies et les synecdoques totalisent 2% d'occurrences. L'hyperbole, qui appartient aux figures de pensée, représente 5% des fréquences. Le reste de figures, dont le pourcentage est très bas, ont été regroupés et atteignent 23% d'occurrences.

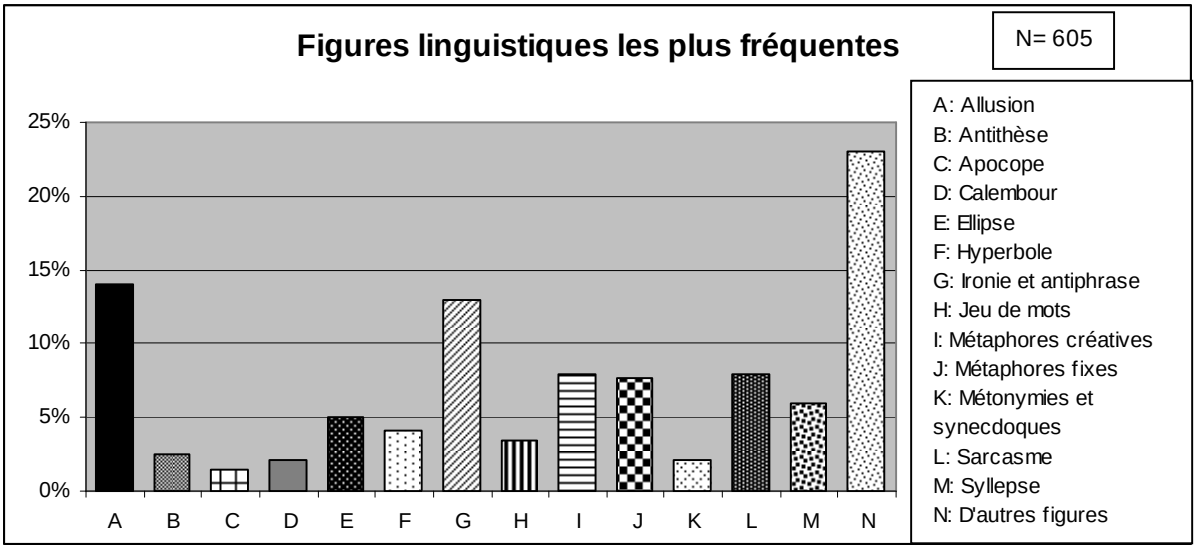


Figure 8.17. Présence de diverses figures rhétoriques linguistiques les plus récurrentes dans notre corpus d'images, y compris les cas de plus d'une figure du même groupe par image ou de répétitions d'une même figure.

De cette description quantitative des figures, on voit qu'après l'ironie, les dessinateurs optent pour l'implicite de l'allusion, et par les analogies, que ce soit figées ou celles qui rendent compte d'une créativité de la part de leurs auteurs. Ensuite, ils préfèrent les jeux avec le sens de mots et l'exagération propre de l'hyperbole. Le travail avec la syntaxe (l'omission, la répétition et la disposition des mots) vient après dans la liste. Les figures de contiguïté et de mots occupent, enfin, une place moins importante.

Les types de figures les plus récurrents dans le langage visuel sont bien différents des précédents (voir la Figure 8.18.). Comme nous l'avons signalé plus haut, les métaphores créatives sont de loin les plus habituelles (39%), suivis par l'hyperbole –en dehors de l'exagération plastique du visage- avec 11% d'occurrences et le symbole (10%). Ce dernier fait partie, de par son caractère conventionnel, du groupe des figures de contiguïté, dont les différentes variétés des métonymies et synecdoques atteignent 6% d'occurrences. Ce groupe occupe une place bien plus importante que dans le langage verbal. Ensuite, on trouve les métaphores fixes (8%), la répétition et l'antithèse –parmi les figures de construction- (7% et 4% respectivement), l'ironie (4%) et l'allusion (3%). Le reste des figures représentent 8% des cas. Le langage visuel semble alors se compléter avec le langage verbal des images à partir des signes qui apportent un sens plus explicite : des métaphores *in praesentia* plutôt qu'*in absentia* (85 occurrences –fréquences absolues- dans le premier cas contre 5 dans le deuxième), l'exagération de l'hyperbole, la conventionalité de certains symboles et la répétition. L'ironie et l'allusion, les principales figures linguistiques détectées dans notre corpus, sont les moins habituelles de la liste des figures icono-plastiques détaillée.

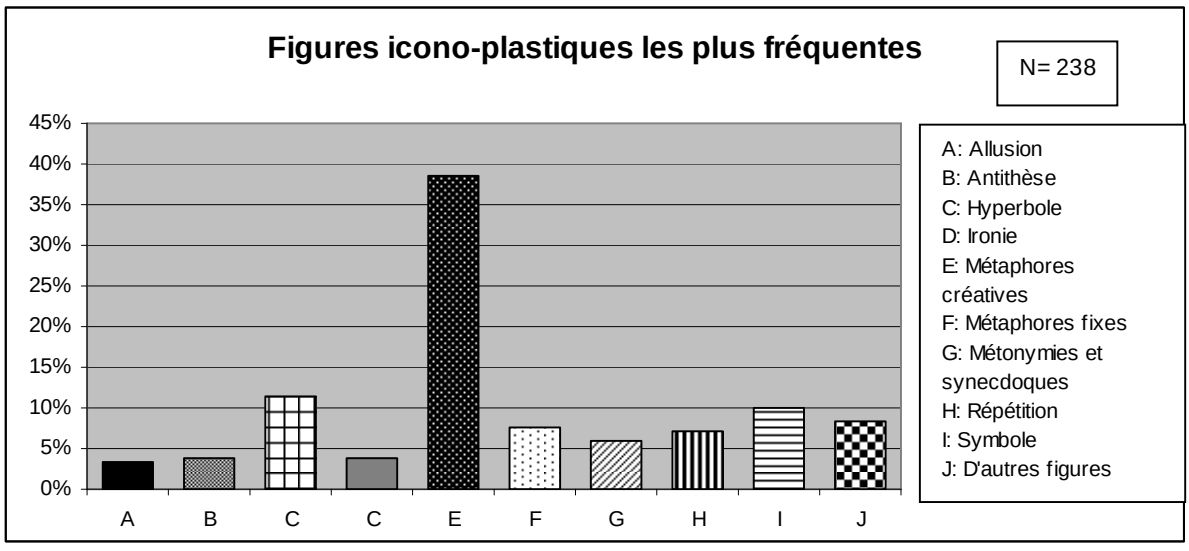


Figure 8.18. Présence de diverses figures rhétoriques icono-plastiques les plus récurrentes dans notre corpus d'images, y compris les cas de plus d'une figure du même groupe par image ou de répétitions d'une même figure.

8.1.3.11 Les références culturelles

Quant aux références identifiées dans les images du CE qui constituent notre corpus, rappelons que nous avons incorporé dans l'analyse ce groupe de savoirs culturels non directement liés avec les thématiques abordées dans les caricatures et *strips*. Ces savoirs sont plus fréquents dans les signes linguistiques que dans les signes icono-plastiques des images, et

en tout, ils ne constituent pas un mécanisme aussi important en nombre : sur 405 images, nous avons comptabilisé 117 références verbales et 64 visuelles.

Les thématiques de ces références diffèrent beaucoup selon qu'elles soient linguistiques ou icono-plastiques, comme on peut l'apprécier dans la Figure 8.19. Un domaine de référence peu fréquent est celui des expressions langagières qui ne peuvent pas être considérées comme des métaphores figées et qui totalisent 8% dans les cas des références visuelles et 9% dans les références verbales. Si la catégorie qui porte sur l'art, la philosophie et des disciplines voisines a le pourcentage le plus bas dans ces dernières (6%), elle occupe la troisième place en importance dans les références icono-plastiques (13%). C'est un recours fréquent des dessinateurs d'aborder un sujet politique à travers des métaphores *in praesentia* dans lesquelles les personnes sont représentées comme les personnages des sculptures [ex : le *Penseur* de Rodin : voir la Figure 8.21. (b)], des peintures (*La Cène* de Leonardo Da Vinci), de la littérature [*Sancho Panza et Quijote* : voir la Figure 8.27. (c)], etc. L'appel à des connaissances du monde des jeux ou des sports ainsi qu'aux produits ou personnages médiatiques ne présente pas une différence significative entre les références icono-plastiques et linguistiques : 11% et 13% respectivement pour le cas des jeux et sports, et 11% et 15% pour les produits ou personnages médiatiques. Les références géographiques, historiques, politiques et institutionnelles se maintiennent comme l'une des catégories les plus importantes dans les deux types de langage, mais bien plus habituelles pour les signes linguistiques : 41% contre 28% dans les signes icono-plastiques. Une différence notable à signaler se produit avec la catégorie sur les symboles, religions, traditions, qui atteint 30% des références visuelles et seulement 11% des références verbales. Les signes religieux (symboles) sont assez utilisés dans le langage visuel et l'on trouve aussi des métaphores qui associent le gouvernement à des célébrations catholiques comme la communion (voir la Figure 8.23.).

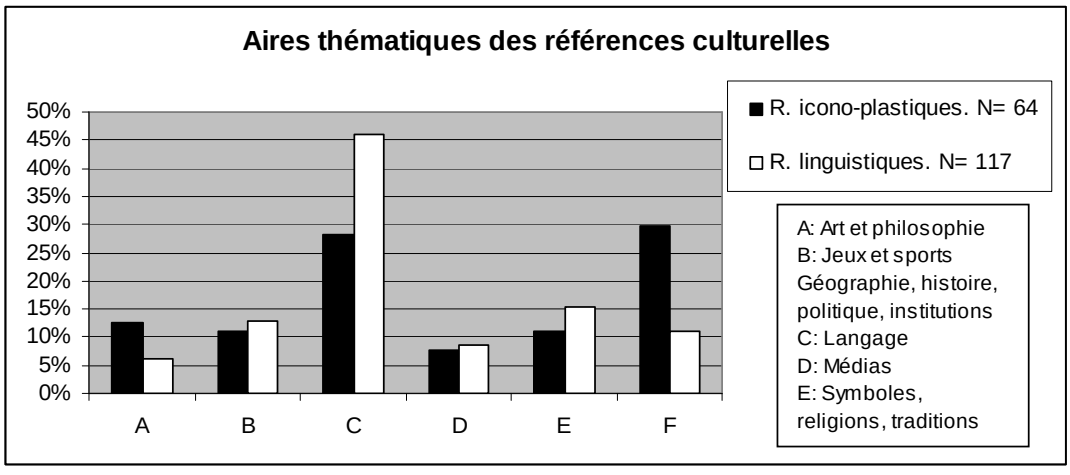


Figure 8.19. Domaines traités dans les références culturelles icono-plastiques et linguistiques des images analysées.

L'échelle des références (voir la Figure 8.20.) suit la même tendance dans les deux types de langage : d'abord les références nationales, ensuite les universelles, les européennes et enfin, les non européennes. Les premières atteignent pourtant un pourcentage plus élevé dans les signes linguistiques (64% contre 40%) tandis que les universelles sont plus

importantes en nombres dans les signes icono-plastiques (36% contre 15%). Ceci peut obéir à une plus grande fréquence des références religieuses et donc universelles.

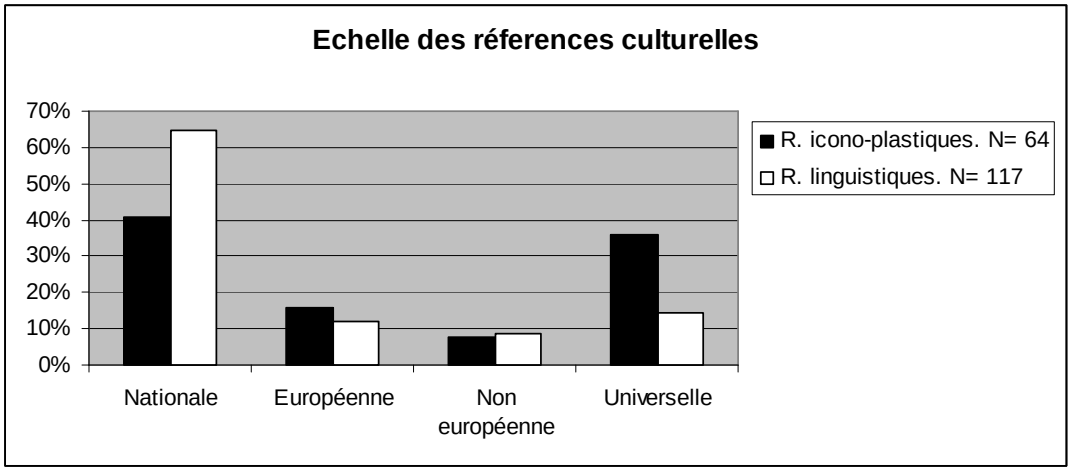


Figure 8.20. Distribution des références culturelles icono-plastiques et linguistiques selon leur échelle.

En ce qui concerne le mode des références [voir la Figure 8.21. (a)], selon qu'elles soient directes ou indirectes, il n'y a pas de différences significatives entre le verbal et le visuel : les directes sont un peu plus que le double des références indirectes. Dans les titres, cette différence dans le mode n'était pas si marquée, les renvois implicites à des connaissances étrangères à la thématique abordée étaient plus importants. On voit ainsi que les dessinateurs facilitent la tâche des lecteurs d'identifier ces renvois d'une manière explicite. La Figure 8.21. (a) montre qu'il existe une différence considérable entre le type de savoir identifié dans les références icono-plastiques et celles linguistiques. Si le savoir populaire est de loin majoritaire dans le premier cas (87%), il est plus équilibré dans le deuxième (45%). La tendance des références icono-plastiques est à ce sujet plus proche des titres analysés (voir Chapitre 7) que les références linguistiques. Ces dernières exigent un effort plus important de la part du lecteur pour actualiser le type de connaissances mobilisées, soit parce qu'elles sont du domaine artistique, soit parce qu'elles sont des références plus spécifiques dans le champ de la politique ou l'histoire, par exemple.

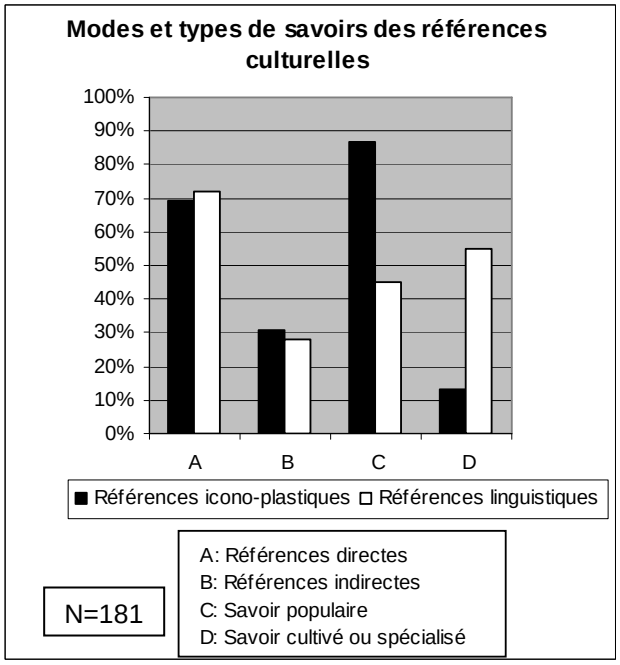


Figure 8.21. (a) Le graphique de barres montre deux variables avec leurs modalités respectives dans les références culturelles linguistiques et icono-plastiques, à savoir : le mode des références et le type de savoir mobilisé. **(b)** A droite, caricature de Kerleroux, (7/05/1997, p.2) qui renvoie au *Penseur* de Rodin.

8.2 Distribution des images selon la période et l'auteur pour différentes dimensions de contenu et de forme

Après avoir présenté la distribution des variables d'analyse séparément, il sera ici question de considérer la distribution des dimensions de contenu et de forme selon deux dimensions de caractérisation : la période et l'auteur de la caricature ou du *strip*. Le test χ^2 que nous appliquerons nous permettra de savoir quelles dimensions varient en fonction du contexte temporel et de l'auteur des images. Le Tableau 8.3. correspond à l'ensemble de valeurs de χ^2. Pour rappel, la valeur de probabilité seuil a été fixée à 0,01 (voir la section 5.2.2.3.).

	MACRO-DIMENSION	DIMENSIONS D'ANALYSE	DIMENSIONS DE CARACTÉRISATION	
			PÉRIODE	AUTEUR
DIMENSIONS DE CONTENU (le *quoi*)		Personnages	**57,8** (d.l. 33 ; p=0.004)	**282,9** (d.l. 77 ; p<0.000)
		Thématique abordée	**150** (d.l. 21 ; p<0.000)	58.8 (d.l. 49 ; p=0.16)
		Rapports de personnages	17.1 (d.l. 12 ; p=0.147)	**145**(d.l. 28 ; p<0.000)
	Traits de caractère	Type de traits négatifs	**88.6** (d.l. 39 ; p<0.000)	**137,5** (d.l.84 ; p<0.000)
		Type de traits positifs	24.2 (d.l. 15 ; p=0.061)	**73.3** (d.l.42 ; p=0.002)
DIMENSIONS DE LA FORME (le *comment*)	**Représentation visuelle du personnage**	Actions	19.6 (d.l. 15 ; p=0.189)	**122** (d.l.35 ; p<0.000)
		Posture du corps	16.6 (d.l. 12 ; p=0.167)	**102** (d.l.28 ; p<0.000)
		Expressions faciales des émotions	**70.6** (d.l. 21 ; p<0.000)	**384** (d.l.49 ; p<0.000)
		Gestes	10 (d.l. 6 ; p=0.123)	**61.7** (d.l.14 ; p<0.000)
		Prise de parole	**42.1** (d.l. 15 ; p<0.000)	**142** (d.l.35 ; p<0.000)
		Vêtements	12.1 (d.l. 12 ; p=0.434)	**110** (d.l.28 ; p<0.000)
		Décor	**35.1** (d.l. 18 ; p=0.009)	**149** (d.l.42 ; p<0.000)
		Proxémique	18.4 (d.l. 9 ; p=0.03)	**143** (d.l.21 ; p<0.000)
		Position énonciative	21 (d.l. 12 ; p=0.05)	**120** (d.l.28 ; p<0.000)
		Registre de langue	18.8 (d.l. 9 ; p=0.027)	**45.7** (d.l.21 ; p=0.001)
	Figures rhétoriques	Figures rhétoriques icono-plastiques	13 (d.l. 15 ; p=0.601)	55.9 (d.l. 42 ; p=0.073)
		Figures rhétoriques linguistiques	24.2 (d.l. 21 ; p=0.284)	**112** (d.l.49 ; p<0.000)
	Références culturelles mixtes	Types	16.5 (d.l. 9 ; p=0.057)	**68.9** (d.l.21 ; p<0.000)
		Thèmes	33.2 (d.l. 21 ; p=0.045)	**82.9** (d.l.49 ; p=0.002)
		Echelles	**33.8** (d.l. 15 ; p=0.004)	**76.4** (d.l.35; p<0.000)
		Modes	8.79 (d.l. 9 ; p=0.457)	**51.7** (d.l. 21 ; p<0.000)
		Types de savoirs mobilisés	19.2 (d.l. 9 ; p=0.024)	**42.7** (d.l.21 ; p=0.003)

Tableau 8.3. Valeurs de χ^2, avec les degrés de liberté et la valeur de probabilité, de toutes les dimensions d'analyse par rapport à la période étudiée et à l'auteur de l'image. Les valeurs en gras correspondent aux cas dans lesquels l'hypothèse nulle d'indépendance a été rejetée.

Compte tenu du nombre inégal des dimensions qui renvoient à la forme et au contenu, on peut dire que les dernières changent davantage en fonction du contexte temporel (personnages, thématiques et traits de caractère négatifs), que les premières (expressions faciales des émotions, prise de parole, décor et échelle de références culturelles mixtes). Ce résultat est en accord avec ceux obtenus pour les titres. Nous avons déjà évoqué cette dépendance pour le cas des dimensions de contenu dans le chapitre précédent. Arrêtons-nous

maintenant sur les dimensions de forme. Les résultats obtenus nous permettent d'affirmer que les expressions faciales, ainsi que la prise de parole du personnage, et le décor représenté, sont utilisés comme des recours au service direct du contexte politique. Le cas de l'échelle des références culturelles nous semble moins évident. Pourquoi le fait qu'une référence soit nationale ou universelle dépend de la période considérée ? Nous enquêterons là-dessus un peu plus bas, lors qu'on considéra les cas qui sont sur ou sous-représentés à partir du calcul de l'écart résiduel standardisé.

Passons par la suite aux cas de dépendance centrés sur la variable qui porte sur les auteurs des caricatures et des *strips*. Ce que nous observons en regardant le tableau est très intéressant car il nous apprend avec éloquence à quel point les styles de nombreux auteurs sont différents. Et cela est valable autant pour les dimensions de contenu que de forme. A l'exception des thématiques et des figures icono-plastiques, toutes les variables montrent une dépendance avec la variable *auteur*. Si nous nous arrêtons aux cas d'exception, cela veut dire que les dessinateurs ne présentent pas de différences significatives par rapport aux sujets divers qu'ils abordent ou des figures visuelles qu'ils utilisent. Or, quelles sont les périodes et les auteurs qui se détachent du reste dans les cas où les variables sont interdépendantes? Nous aurons la réponse grâce au calcul de l'écart résiduel standardisé, qui -comme nous l'avons précisé auparavant- permet de connaître les cases qui sont sur ou sous-représentées dans une table de contingence, par rapport à la fréquence observée et la fréquence attendue. Les résultats obtenus sont nombreux, raison pour laquelle nous ne présenterons que les plus importants. Pour la totalité des calculs, nous renvoyons le lecteur aux annexes (section 7.1.).

8.2.1 Les personnages

En ce qui concerne la période, les images de 1997 se détachent par une sur-représentation de J. Chirac avec ses Premiers Ministres : A. Juppé pour la plupart des numéros analysés, et L. Jospin pour le dernier numéro de cette période. Ceci s'explique par plusieurs raisons de nature principalement politique: le CE a présenté la dissolution de l'Assemblée Nationale comme une décision impulsée par A. Juppé, lui octroyant un poids politique important dans les décisions du Président ; tous les deux ont participé activement à la campagne législative ; les résultats du suffrage ont été néfastes pour le Premier Ministre, Lionel Jospin le remplaçant dans ce poste. En 2005, on constate une sur-représentation des images qui représentent J. Chirac avec sa femme Bernadette. En effet, sa présence et ses interventions –sous forme d'opinions- sur des actions gouvernementales ont augmenté de manière considérable dans les images de cette période.

Quant aux auteurs des images, ils se caractérisent tous par des cas de sur ou sous-représentation des personnages représentés. Parmi les plus intéressants, on peut citer Escaro et Kerleroux dont les caricatures ont tendance à présenter Jacques Chirac seul ; Delambre, Kiro et Pancho, ainsi que Pétillon, qui préfèrent dessiner le chef de l'Etat avec son Premier Ministre ; Cabu, qui dessine J. Chirac avec ses partisans politiques et sa famille (dans ce dernier cas, il faut citer aussi Lefred-Thouron), et Cardon, qui dessine plus que les autres le Président avec ses conseillers. Escaro n'a jamais représenté le premier avec sa famille, ni Kerleroux avec son Premier Ministre. Ces informations rendent compte de différents choix

faits par les dessinateurs lors qu'il s'agit de représenter graphiquement le Président et d'autres acteurs politiques ou non politiques.

8.2.2 Les thématiques abordées

Les images publiées en 1995 se caractérisent par une sur-représentation des sujets liés aux actions militaires (guerre de Kosovo, reprise des essais nucléaires) ; les périodes de 1997 et 2002, par les événements de participation citoyenne (élections législatives et présidentielles) ; et, 2005 par des sujets qui se réfèrent à la communication politique, les relations publiques et l'opinion publique du Président (bilan de dix ans de son mandat, participation active à propos du référendum).

8.2.3 Les rapports des personnages

Les dessinateurs se différencient par les rapports qu'ils construisent entre les personnages représentés dans leurs images. Si Pétillon et Cabu insistent sur les rapports de collaboration, ce dernier se distingue aussi par les rapports neutres et Kerleroux par le fait de ne jamais avoir représenté J. Chirac en rapport d'antagonisme avec personne.

8.2.4 Les traits de caractère négatifs et positifs du personnage

Puisque l'un des objectifs spécifiques de notre recherche est d'étudier si les traits de caractère varient en fonction des périodes considérées, nous ferons une analyse statistique approfondie dans le chapitre 12. Les cas de sur et sous-représentation entre les traits de caractère et les périodes sont présentés dans les annexes. En ce qui concerne la dépendance entre les traits de caractère et les dessinateurs, la plupart d'entre eux mettent l'accent sur certains traits au-dessus des autres. Cabu insiste de manière significative sur le fait que, pour lui, le Président fait un spectacle de la politique ; Lefred-Thouron trouve que ce dernier est méprisant (nous verrons plus bas pourquoi); et Pétillon se détache du reste par le fait de représenter le personnage comme peu lucide et incapable. D'autres résultats correspondent à ce que nous verrons dans des analyses plus complexes présentées plus bas, raison pour laquelle nous nous épargnerons de les mentionner ici.

En ce qui concerne les traits positifs attribués au président Chirac, Cardon et Pétillon coïncident dans le fait de le présenter comme sympathique et compatissant, Kerleroux comme décidé et confiant en soi, et Escaro comme populaire. Nous reviendrons sur quelques unes de ces données un peu plus loin.

8.2.5 Les actions

Quant aux actions réalisées par le personnage, Cabu et Kerleroux sont sur-représentés dans les dessins où J. Chirac joue un rôle fictif, Pétillon dans le cas où il travaille, et Lefred-Thouron dans les cas où il mange ou se repose. Ceci est lié aux décors représentés, comme nous le verrons quelques paragraphes plus bas. Brito, Guiraud, Potus, Shertman et Wozniak – ensemble dans une modalité- et Cardon se détachent des autres dessinateurs par le fait d'avoir davantage d'images où le Président n'est pas représenté.

8.2.6 La posture du corps et les gestes

Escaro tend à représenter le personnage debout et avec des gestes formels alors que Cabu et Lefred-Thouron se distinguent du reste par le fait de le dessiner assis ou allongé. Il y a une sur-représentation dans les gestes informels de Cabu.

8.2.7 Les expressions faciales des émotions

Les expressions du visage de J. Chirac dans les images du CE varient selon les périodes : celle de 1995 se caractérise par le fait de le présenter fâché, ce qui s'explique par la chute de sa côté de popularité à cause de la reprise des essais nucléaires et par les différences qu'il maintient avec des militaires et d'autres chefs d'Etat à propos de la guerre en Bosnie. En 1997, l'expression saillante est la tristesse : ceci est dû à l'échec de la dissolution de l'Assemblé ; et en 2005, c'est l'inquiétude et la peur qui se détachent (bilan négatif de ses dix ans au pouvoir et mauvais résultat de sa participation pour remonter le *oui* lors du référendum sur la Constitution Européenne). Bien que les expressions où J. Chirac est sérieux et souriant sont les plus nombreuses, elles restent abondantes au cours du temps et ne différencient aucune période.

Les expressions sur lesquels les dessinateurs se distinguent sont nombreuses. Parmi les résultats les plus intéressants, il faut signaler le fait que Pétillon tire profit des expressions du visage pour construire du sens, car il présente des sur-représentations dans les modalités *surpris*, *fâché* et *triste*. A cet égard, nous présentons un exemple très parlant de ce goût pour dessiner les expressions chez Pétillon [voir la Figure 8.22. (a)]. Au moment de la campagne présidentielle de 2002, le programme de Jacques Chirac, aux yeux de Pétillon, semble être reposé sur un seul argument : l'insécurité, et il le répète de manière systématique. C'est un bon exemple pour montrer comment un procédé, la répétition, accompagné du changement des expressions faciales, devient un des sens principaux mobilisés dans l'image, le contenu et la forme étant alors étroitement liés.

Quant à Cabu, il se distingue des autres auteurs, par le fait de dessiner le personnage inquiet, mal à l'aise ou avec peur. Dans la construction de ces sens, les codes partagés interculturellement jouent un rôle indispensable, comme les sourcils froncés et les poings fermés pour signifier la fâcherie, ou les gouttes de transpiration que Cabu aime dessiner pour signifier l'inquiétude ou la gêne [voir la Figure 8.22. (b)].

Figure 8.22. (a) A gauche, Pétillon, 3/04/2002, p.5. **(b)** A droite, Cabu, 4/06/1997, p.1.

8.2.8 La prise de parole et la position énonciative

Le calcul de l'écart résiduel standardisé nous apprend que le personnage Chirac dialogue et réfléchit davantage en 2005. Nous ne pouvons que proposer une conjecture pour comprendre ceci et c'est le fait que 2005 est une période difficile pour lui à cause de sa cote de popularité : il a besoin de discuter sur les actions du gouvernement, il a besoin des conseils et se montre dubitatif. Le nombre de dessins qui représentent le Président avec des conseillers est plus élevé en 2005 que dans les autres périodes.

Quant au rapport entre les auteurs et la représentation des prises de parole du personnage et le type de phrases qu'il profère, Kerleroux le présente davantage en train de parler ou réfléchir. Ce dessinateur a une tendance à dessiner J. Chirac seul et à se servir du comique de mots à travers des phrases assertives qu'il attribue au personnage. Escaro et Lefred-Thouron se caractérisent par le fait de le faire dialoguer. Ce dernier se distingue également parce que J. Chirac écoute les autres : sa femme, ses conseillers, etc. Delambre, Kiro et Pancho ainsi qu'Escaro s'appuient de manière distinctive sur des phrases exclamatives.

8.2.9 Les vêtements

Les vêtements, comme les actions, maintiennent un rapport avec le décor et la gestualité. Pétillon préfère les tenues de travail (costume, cravate, et chemise) alors que Cabu et Lefred-Thouron dessinent plus que les autres le personnage en tenues informelles (chemise retroussée, nœud de cravate lâche, pyjama). Cabu opte aussi pour les tenues fantaisistes (héros, uniforme d'arbitre, toge romaine, etc.). Les deux autres dessinateurs, au contraire, n'ont jamais dessiné Jacques Chirac avec des tenues fictives dans le corpus d'images analysées.

8.2.10 Lé décor

Deux périodes se détachent par des endroits spécifiques où le personnage est dessiné. En 1997, il y a une sur-représentation du contexte fictif. C'est un résultat très intéressant sur lequel nous reviendrons un peu plus loin. La période de 2005 se caractérise par le fait de représenter le Président dans son bureau, une salle de travail, une salle de conférence ou un plateau de TV. Rappelons-nous qu'il a participé activement dans la campagne sur le

référendum. On constate une sur-représentation dans les images : de Lefred-Thouron et Pétillon qui dessinent Jacques Chirac dans son bureau ou une salle de travail, de Lefred-Thouron et Cabu qui le présentent dans sa maison ou son lieu de vacances, de Cabu qui opte pour des contextes fictifs ou autres contextes. Cardon, pour sa part se caractérise par des caricatures dont le décor est à en plein air, et où Jacques Chirac n'est pas forcément dessiné.

8.2.11 Le registre de langue et les figures rhétoriques linguistiques

Le registre choisi par Cardon et Pétillon dans leurs dessins est le courant et ce dernier se caractérise aussi par une sous-représentation des registres familiers, populaires et vulgaires. Le dessinateur qui, en échange, utilise ces registres, est Escaro.

Les dessinateurs se différencient par les figures rhétoriques linguistiques qu'ils utilisent. Une étude spécifique sera présentée dans la section 8.3.2.

8.2.12 Les références culturelles

Cabu et Cardon sont les dessinateurs qui se servent le plus des références culturelles icono-plastiques tandis que chez Pétillon, nous n'en avons identifié aucune. Ce dernier se caractérise en fait, par une sur-représentation de la modalité qui se réfère à l'absence de références. Dans ce sens, Cabu est à l'opposé de ce dernier, car il présente une sous-représentation dans la même modalité. Cabu utilise aussi de manière distinctive les références mixtes, c'est-à-dire, visuelles et verbales. Parmi les thèmes choisis, Delambre, Kiro et Pancho se distinguent par des références aux jeux et sports tandis que Cabu par des références à la géographie, l'histoire, des aspects institutionnels ou militaires.

Nous ferons maintenant référence à l'interdépendance détectée entre l'échelle des références culturelles et les périodes. A partir des résultats du calcul de l'écart résiduel standardisé, nous identifions que l'échelle non européenne est liée à 1995. Sur un total de six cas où l'on trouve ces deux modalités de manière simultanée, quatre apparaissent quand on traite des sujets de politique extérieure. Nous pourrions alors affirmer que les dessinateurs s'appuient davantage des références non européennes quand ils abordent des sujets qui touchent aux relations de la France avec d'autres pays en dehors de l'Europe. En 1995, ces sujets ont été : la reprise des essais nucléaires dans l'océan Pacifique, la visite de Jacques Chirac en Afrique, et la remise d'un prix international à laquelle le Président était invité. On constate aussi une sur-représentation des références universelles en 2002. Elles sont, dans la plupart des cas, liées à la religion. Les sujets des images qui correspondent à ces cas sont nombreux mais on a remarqué une connexion entre le sujet des élections présidentielles et législatives et les célébrations catholiques. La Figure 8.23. présente deux exemples où Cabu se sert des métaphores verbales et visuelles pour associer la préparation du gouvernement de Jean-Pierre Raffarin –avec ses ministres- aux élections, à des pratiques catholiques comme un séminaire et la communion.

En ce qui concerne le mode et type de savoir mobilisé, Cabu opte pour le mode direct et les savoirs populaires alors que Cardon privilège le mode indirect et Kerleroux le savoir cultivé ou spécialisé.

Figure 8.23. (a) A gauche, Cabu, 15/05/2002, p. 5. **(b)** A droite, Cabu, 29/05/2002, p. 2.

Le test de χ^2 et le calcul de l'écart résiduel standardisé ont fourni des données très intéressantes et diverses, sur l'interrelation entre la période et les auteurs des images et les nombreuses catégories d'analyse. Elles ont confirmé une majeure dépendance des dimensions de contenu au contexte temporel, comme nous l'avions déjà appris pour les titres ; et elles ont laissé comprendre avec véhémence la richesse des styles des dessinateurs du CE. Nous reviendrons sur cet aspect dans les conclusions. Jusqu'à présent, toutes les analyses se limitent à la prise en considération des relations entre deux variables. Nous considérerons maintenant des interrelations entre plusieurs variables.

8.3 Analyse des associations des catégories à l'intérieur des dimensions d'analyse

Dans cette section, nous nous centrerons sur les dimensions d'analyse qui sont constituées par des catégories non exclusives, à savoir les traits de personnalité, les figures rhétoriques, et les références culturelles. L'intérêt particulier que nous portons sur ces dimensions est délimité par quatre objectifs spécifiques :

- Étudier la manière dont les traits de caractère, les figures rhétoriques et les références culturelles linguistiques et icono-plastiques interagissent à l'échelle macro-dimension, dans la représentation du personnage.
- Savoir s'il existe une association entre le type et le nombre de figures et des traits identifiés par image.
- Connaître si l'emploi des dimensions varie selon le contexte politique considéré.
- Identifier s'il existe une tendance des dessinateurs à représenter le personnage en soulignant certains traits spécifiques.
- Détecter s'il y a un style propre des dessinateurs par rapport aux figures et références qu'ils utilisent, c'est-à-dire : existe-t-il une tendance claire du point de vue stylistique dans l'œuvre de chaque dessinateur?

Nous ferons des analyses statistiques spécifiques pour chaque cas. Les dimensions de caractérisation (période d'analyse, page, type d'image et auteur) interviendront comme des

variables illustratives, de même que le registre de langue, dans des cas ponctuels d'analyse. Rappelons que de nombreuses informations spécifiques concernant les traitements statistiques sont présentées dans les annexes.

8.3.1 La dimension portant sur les traits de caractère

A partir d'une Analyse de Classification Hiérarchique Ascendante (ACHA) (voir la section 6.1. des annexes), nous avons identifié six classes de modalités. La **première classe** est la plus nombreuse en effectifs (40% d'images) et la plus hétérogène. Elle associe les traits négatifs impopulaire, inefficace, instable et irrationnel, indécis et influençable, peu lucide et incapable et dépourvu d'autorité à la modalité qui porte sur la présence d'un seul trait dans l'image, ainsi qu'à la période de 2005.

La **deuxième classe** (10% d'images) relie les traits malhonnête, menteur, hypocrite et opportuniste à la présence d'un seul trait dans l'image ainsi qu'à la période de 2002. Les résultats des deux premières classes sont en syntonie avec ceux auxquels on est parvenu pour les titres du CE, encore que pour l'année 2005, les traits identifiés dans les titres aient été moins nombreux (impopulaire, inefficace, peu lucide et incapable).

La **troisième classe** est la moins nombreuse avec celle qui la suit (8% des images chacune). Elle est composée des traits : déloyal ; compatissant et sympathique ; menteur, hypocrite et opportuniste ; et irresponsable. Cette classe comprend aussi la catégorie qui contemple la présence de deux ou trois traits par image ; et des dessinateurs Cardon et Pétillon. Si l'on se centre sur Cardon, on constate qu'il a une tendance à attribuer deux ou trois traits au personnage Chirac par image, dont les plus importants sont le fait de le présenter comme menteur, hypocrite et opportuniste ; frivole et irresponsable et notamment déloyal. En effet, Cardon insiste sur les promesses non tenues par le Président, ce cas particulier correspond à 86% des cas de la catégorie déloyal identifiée dans les caricatures de ce dessinateur. Ce trait est présent dans les quatre périodes considérées, et tout particulièrement en 1997, lors des élections législatives. Les dessins qui suivent (Figure 8.24.) sont deux exemples de Cardon, qui se sert de la même référence, le pommier de la campagne présidentielle de J. Chirac en 1995, pour signifier que les promesses qu'il a faites correspondent à une fiction. La pomme représentait, avec le pommier, les fruits de la France, et constituaient également un clin d'œil aux corréziens, la Corrèze étant une grande région productrice de pommes.

Quant aux caricatures de Pétillon, on a détecté une très forte association avec la présentation du chef de l'Etat comme compatissant et sympathique. Ces traits apparaissent à plusieurs reprises et à des moments historiques différents. Néanmoins, le caractère positif de ces traits est relatif puisqu'ils sont associés à des circonstances négatives : Jacques Chirac est sympathique lorsqu'il s'agit de gagner les voix des électeurs (à titre d'exemple, voir la Figure 8.25.), et il montre une certaine compassion envers ses Premiers Ministres quand la situation du gouvernement est compliquée [Figure 8.26. et Figure 8.27. (a)].

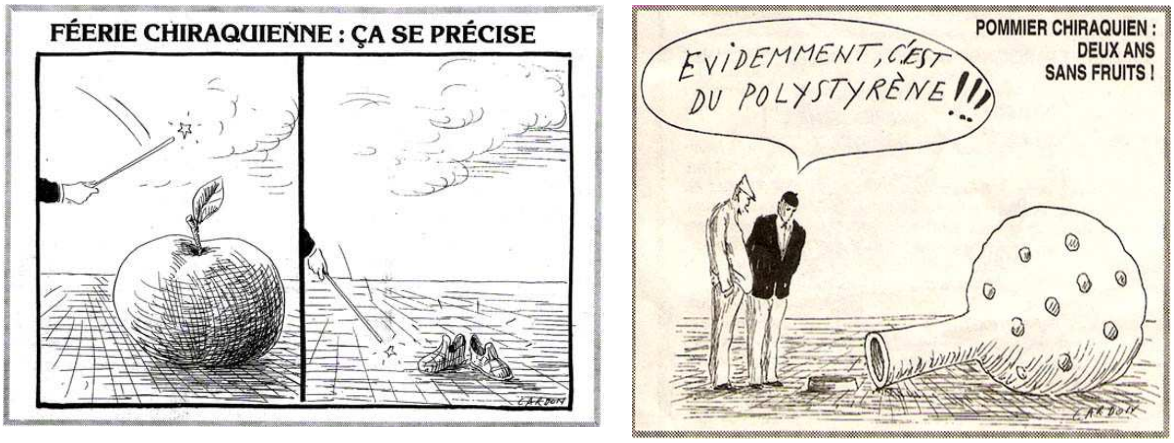


Figure 8.24. (a) A gauche, dessin de Cardon publié le 14/06/1995. **(b)** A droite, dessin du 23/04/1997.

La **quatrième classe** (8% d'images) établit une autre association entre un dessinateur et la présence de certains traits dans les images. C'est le cas de Kerleroux, et la présentation du personnage Chirac comme ambitieux et vaniteux, efficace et confiant en soi. Cette dernière catégorie s'est avérée être la plus fréquente chez cet auteur. Un exemple de ce que nous venons de dire est la Figure 8.27. (b), où Jacques Chirac se vante de sa réussite électorale.

Figure 8.25. Pétillon, 10/04/2002, p.5.

Figure 8.26. Pétillon, 6/04/2005, p. 5.

La **cinquième classe** (15% d'images) montre une association entre les traits intelligent, pourvu d'autorité et méprisant, qui se lient au registre courant relevé dans le texte. Il est très intéressant de souligner ici les nombreuses caricatures qui se centrent sur le rapport entre le président Chirac et son Premier Ministre Raffarin : le premier est présenté en rapport de supériorité et se comporte avec mépris envers le deuxième. Ces types de caricatures augmentent notablement en 2002, sous le gouvernement de Jean-Pierre Raffarin. Ces images

seraient les cas opposé à celles de Pétillon mentionnées dans la classe précédente, où Jacques Chirac se montre compatissant envers son Premier Ministre, ce qui rend compte d'une différence par rapport aux traits sur lesquels les dessinateurs mettent l'accent. Des exemples de cette classe sont la Figure 8.27 (c) et la Figure 8.28. Notons qu'elles ont été publiées au début du gouvernement de J.P. Raffarin, en mai 2002, et correspondent toutes à Cabu. Ce dernier a opté pour présenter un Président qui, d'une part, est soucieux d'imposer dès le début, son autorité face à son Premier Ministre, et d'autre part, doute des compétences de ce dernier.

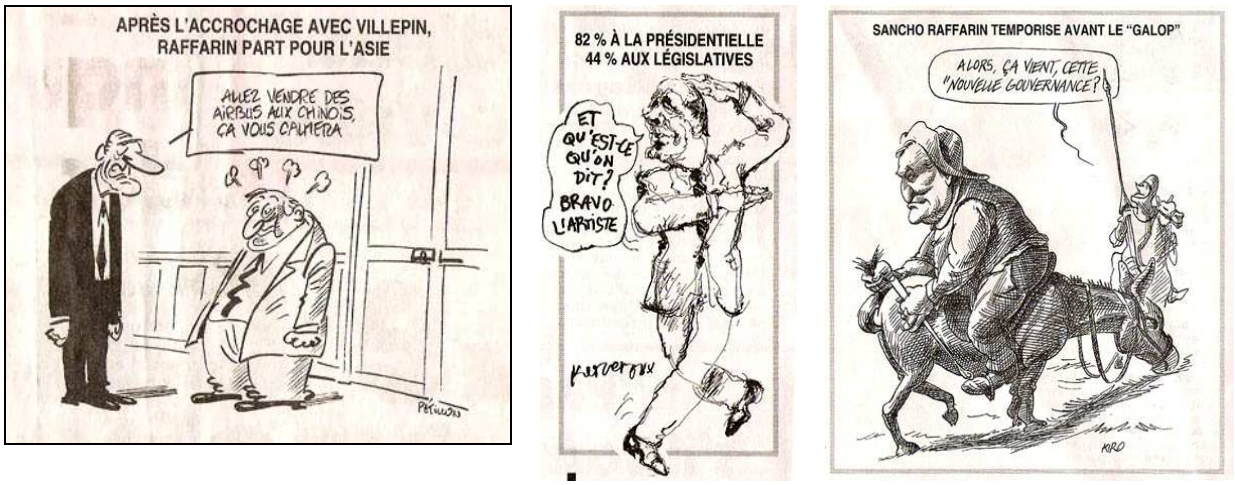


Figure 8.27. (a) A gauche, Pétillon, 20/04/2005, p. 2. **(b)** Au milieu, Kerleroux, 12/06/2002, p. 3. **(c)** A droite, Kiro, 15/05/02, p. 4.

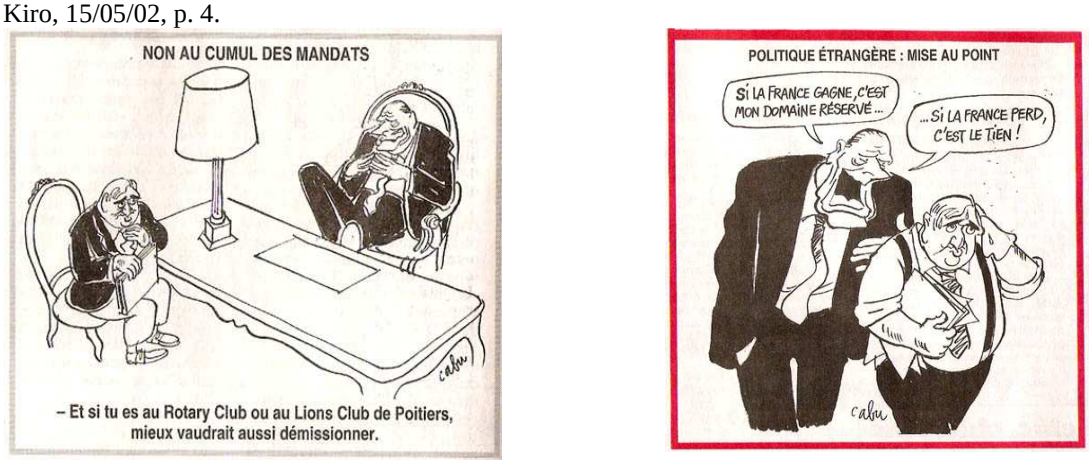


Figure 8.28. (a) A gauche, Cabu, 29/05/2005, p.3. **(b)** A droite, Cabu, 5/06/2005, p.1.

La **sixième classe** (10% d'images), enfin, est la plus homogène et réunit les cas où aucun trait n'a été identifié dans les images.

Cette analyse a été productive pour étudier des associations entre des traits et des périodes, ainsi que pour apprendre quels sont les traits qui sont souvent présentés seuls ou en compagnie avec d'autres. Nous avons pu identifier une prédilection de la part de trois dessinateurs pour certains traits. Pourtant, ce faible nombre rend compte du fait qu'ils critiquent le personnage depuis plusieurs angles et non pas sur un ou deux en particulier. La Figure 8.29. montre le premier plan factoriel obtenu à partir de l'ACHA.

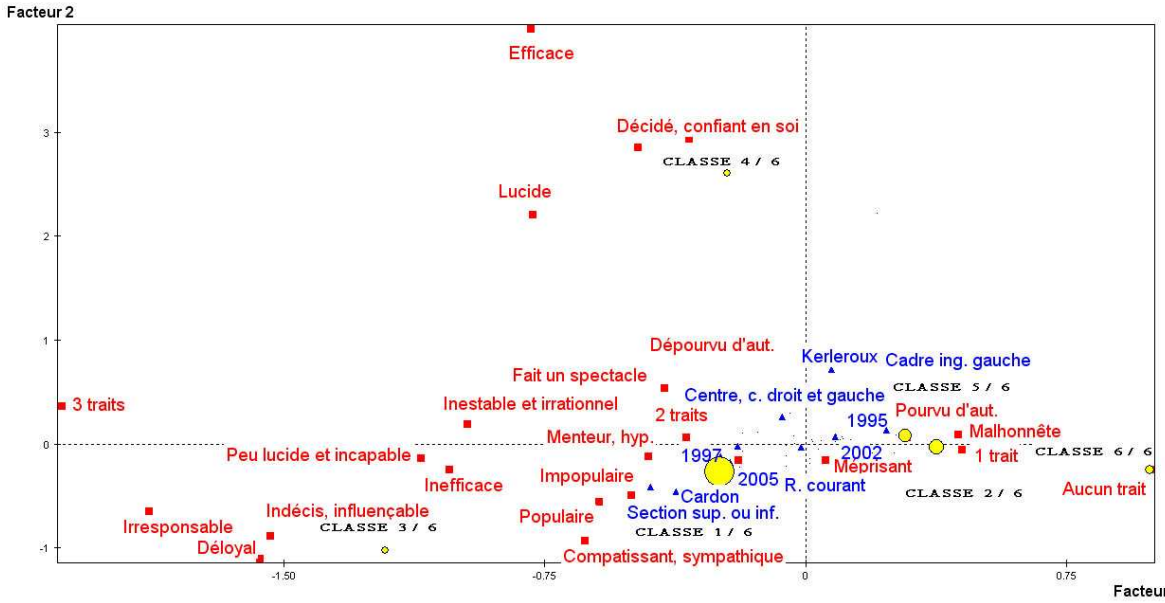


Figure 8.29. Premier plan factoriel avec les six classes constituées à partir de l'ACHA centrée sur les traits de caractère. On présente les modalités actives (en rouge) et illustratives (en bleu) qui ont atteint la valeur test. Les modalités ne présentent pas forcément leurs coordonnées réelles puisqu'on ne présente que les deux premiers axes factoriels.

8.3.2 La dimension portant sur les figures rhétoriques

Compte tenu de la grande différence dans le nombre de figures verbales et visuelles identifiées dans les images analysées (voir la section 8.1.3.10.), nous avons fait deux Analyses Factorielles de Correspondances Multiples (AFCM) : le premier en ayant les figures linguistiques comme variables actives et les figures icono-plastiques comme complémentaires ou illustratives, et le deuxième avec l'ordre inverse.

8.3.2.1 AFCM avec les figures linguistiques comme variables actives

L'AFCM nous a permis de repérer deux groupes principaux[294] (voir la Figure 8.32.) qui associent des modalités de figures rhétoriques linguistiques et icono-plastiques, des auteurs, des pages dans lesquelles furent publiées les images, et des registres de langue. Aucune des périodes considérées, au contraire, ne fait partie de ces groupes.

Un **premier groupe** associe les *strips* et les caricatures des dessinateurs Lefred-Thouron et Pétillon avec la Une et les pages 6 et 7, et le registre de langue courant. Quant aux figures rhétoriques, on constate une prédilection pour l'emploi de l'ironie et ses variantes dans le verbal ainsi que l'absence ou le rare emploi des figures de double sens et des métaphores fixes. La production de ces auteurs se différencie en plus par l'absence de figures visuelles, en particulier des métaphores créatives et figées. Il s'agit alors d'un humour plus verbal que visuel et singulièrement ironique. La Figure 8.30. (a) correspond à une caricature de Pétillon publiée lors de la passation de pouvoirs en 1995. On identifie une ironie à partir d'une citation de Jacques Chirac qui est extraite du contexte original et replacée dans un autre contexte de telle sorte qu'elle devient ridicule. Il s'agit d'un procédé habituel des dessinateurs afin de disqualifier le personnage. La citation en question fut prononcée dans le premier discours de

[294] Deux autres groupes qui fournissent des résultats moins intéressants sont présentés dans les annexes.

J. Chirac en tant que président: « Il faut se demander avant de prendre quelque décision que ce soit: est-ce que c'est bon pour l'emploi? ». La Figure 8.30. (b) est une caricature de Lefred-Thouron apparue avant le deuxième tour des élections présidentielles de 2002. L'auteur présente une Bernadette sarcastique, qui se moque de son mari, « vertueux rempart moral de la République ». Ce type de représentation du couple, où Bernadette fait des commentaires sarcastiques, est très caractéristique des dessins de Lefred-Thouron.

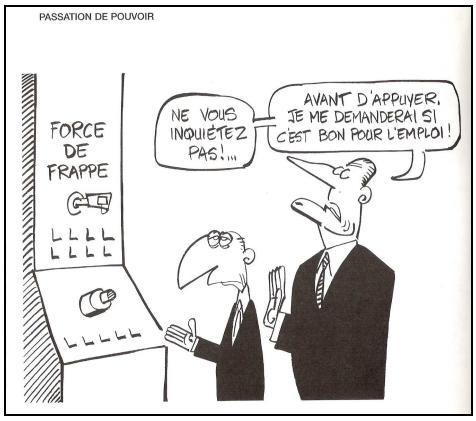


Figure 8.30. (a) A gauche, Pétillon, 17/05/1995, p. 1. **(b)** A droite, Lefred-Thouron, 24/04/2002, p. 1.

Le **deuxième groupe** associe les caricatures d'Escaro avec la page deux et l'utilisation d'un registre familier. L'humour satirique de ce dessinateur se détache du reste par l'utilisation de nombreuses figures rhétoriques verbales dans une même image : trois à cinq dans le texte écrit et contrairement aux auteurs du premier groupe, il utilise de manière caractéristique le double sens et les figures centrées sur la sonorité, l'altération et la création de mots. En revanche, il se sert moins de l'ironie et d'autres figures de pensée. Ses caricatures se caractérisent par l'emploi d'une ou deux figures visuelles différentes, en particulier des métaphores fixes, des symboles et des métaphores créatives. La Figure 8.31. (a) fait référence aux incertitudes des électeurs lors du référendum de 2005. Quatre figures linguistiques différentes ont été détectées: la répétition de la syllabe *dum* correspond à une réduplication ou *épizeuxe* et on pourrait dire qu'elle simule aussi le son d'une balle, ce qui est identifié par Axelle Beth et Elsa Marpeau (2005) comme une harmonie imitative. Les apocopes « j'm'(…) l'pied » servent à produire un registre familier qui est attribué à la façon de parler du Président (nous l'avons vu dans le chapitre 7). Il faut citer enfin le paradoxe des affiches, où le *oui* et le *non* pointent vers la même direction.

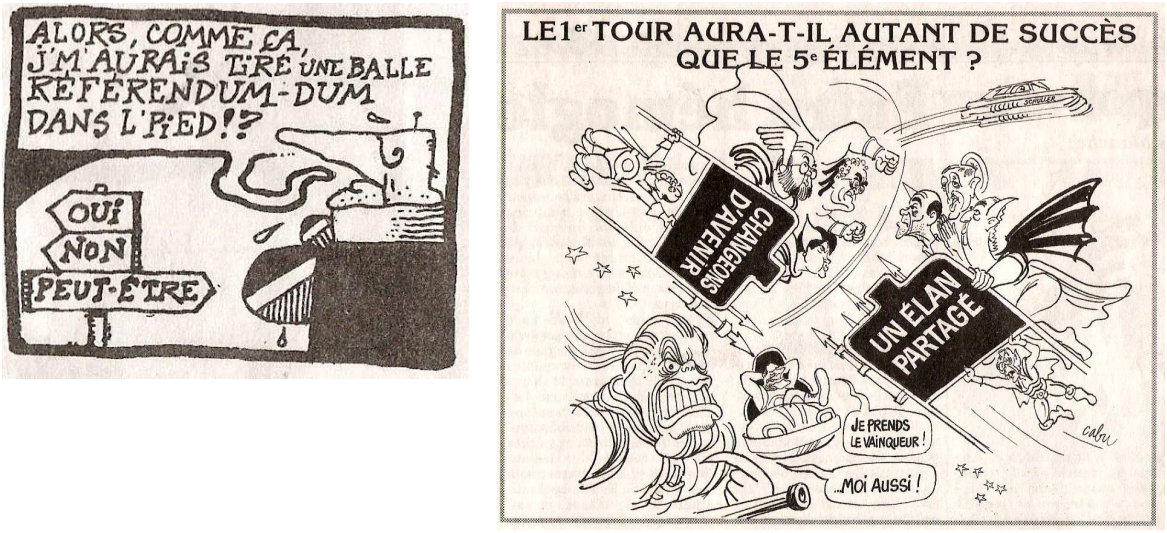


Figure 8.31. (a) A gauche, Escaro, 11/05/2005, p. 2. **(b)** A droite, Cabu, 21/05/1997, p. 5.

Afin d'approfondir l'identification d'un style dans l'usage que les différents dessinateurs font des figures, nous avons pris en considération la totalité des axes (5) pour établir des associations entre des dessinateurs et des figures rhétoriques. Cette analyse associe les caricatures politiques de Cardon à l'ironie verbale et à l'absence de figures de construction dans le texte écrit (ellipse, antithèse, entre autres). D'autre part, les caricatures de Cabu se détachent par l'emploi de deux figures icono-plastiques, telles que les métaphores fixes et créatives et l'ironie. La présence d'une figure linguistique s'associe à cet auteur, dont la plus proche parmi les modalités contributives est la métaphore créative. Cabu est le dessinateur le plus assidu de l'hebdomadaire français. Il se caractérise par l'emploi d'analogies verbales et visuelles et par l'ironie icono-plastique. Un exemple des analogies verbales et visuelles est la Figure 8.31. (b), publiée lors de la campagne législative de 1997.

Si nous nous intéressons par la suite à la manière dont les figures interagissent, en considérant les deux premiers axes factoriels, nous pouvons affirmer que les figures linguistiques qui ont une tendance majeure à apparaître avec trois ou plus de figures ce sont celles de double sens et de mots, qui ne sont pas précisément les plus fréquentes, d'après ce que l'on a vu dans la Figure 8.17. Celles-ci apparaissent de forme complémentaire à d'autres types de figures. L'identification de l'association entre les figures de double sens et la présence de trois ou plus de figures dans une même image correspond aux résultats obtenus de l'analyse effectuée dans les titres du CE (voir la section 7.3.2.). Ce résultat nous informe sur un comportement uniforme dans les titres et images du CE.

En ce qui concerne la combinaison double de figures dans le texte écrit, nous observons une association avec les figures de pensée telles que l'allusion, la paradoxe ou la substitution, et l'ironie, l'antiphrase et le sarcasme. Cette combinaison favorise le travail avec l'implicite, en articulant les références obliques propres de l'allusion avec le fait de dire le contraire à ce que l'on veut faire comprendre, comme opère l'ironie. Celle-ci se caractérise aussi par le fait d'apparaître seule dans les images, intervenant dans ces cas comme un élément structurant et conditionnant de l'énoncé. Nous reconnaissons ici une similitude avec les ironies détectées dans les titres (voir la section 7.3.2.).

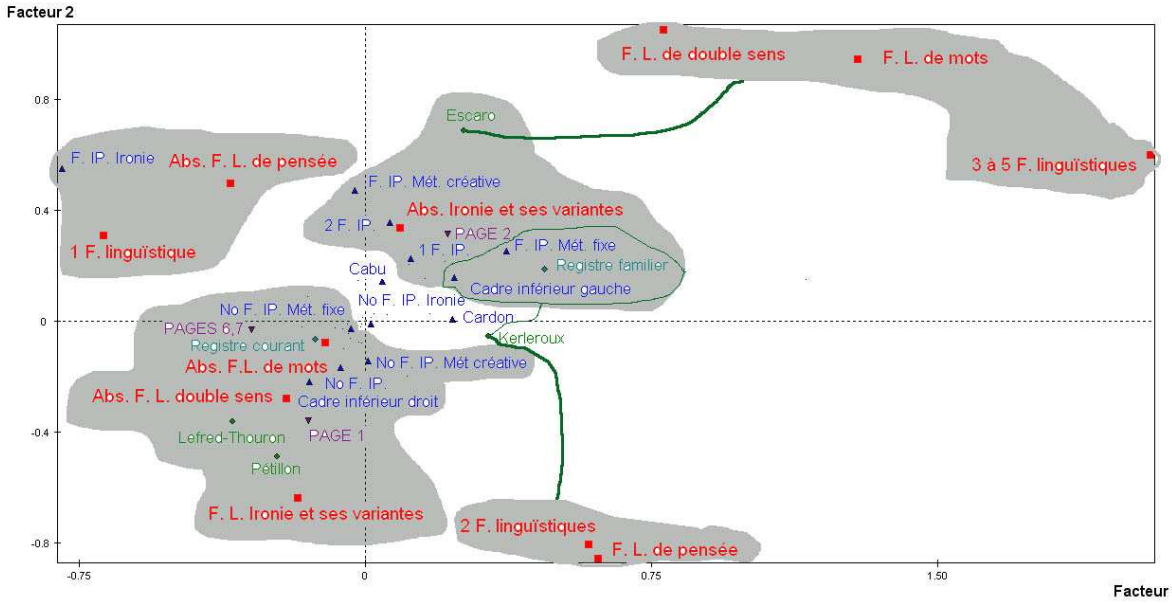


Figure 8.32. Axes factoriels 1 et 2 de l'AFCM qui a les figures rhétoriques linguistiques comme modalités actives. 5 groupes et un sous-groupe de modalités ont été identifiés.

8.3.2.2 AFCM avec les figures icono-plastiques comme variables actives

Cette analyse réunit les mêmes variables que la précédente, exceptant les registres de langue et le fait que les figures icono-plastiques constituent des variables actives. Le traitement statistique nous a permis d'identifier quatre groupes (voir la Figure 8.33.). De manière cohérente à d'autres analyses, les périodes n'interviennent de manière distinctive dans aucun des groupes décrits, ce qui veut dire qu'elles ne dépendent pas du contexte temporel.

Un **premier groupe** associe les caricatures de Cardon avec l'utilisation de deux à quatre figures icono-plastiques différentes par image, les figures visuelles de pensée –en dehors de l'ironie- et les figures verbales et icono-plastiques de contiguïté. Les dessins de cet auteur se caractérisent alors par l'usage d'au moins deux figures icono-plastiques, dont les figures de pensée : notamment l'allusion, et les métonymies et synecdoques. Il est intéressant de voir que les figures de contiguïté linguistiques et icono-plastiques sont associées, c'est-à-dire qu'il y a une certaine tendance au fait que ces types de figures agissent de manière simultanée. L'ironie visuelle et ses variantes sont plus proches de la présence de deux à quatre figures icono-plastiques différentes par image que d'une seule. Ceci veut dire que ce type d'ironie se présente davantage en interaction avec d'autres figures. Rappelons que dans le cas des titres, l'ironie suivait deux comportements différents : soit elle apparaissait combinée avec d'autres figures, comme c'est le cas ici, soit elle apparaissait toute seule (voir la section 7.3.2.).

Un **deuxième groupe** associe les *strips* de Lefred-Thouron avec les figures visuelles de construction et l'absence d'analogies, autant au niveau icono-plastique que linguistique. Pour le cas des analogies mise en œuvre à partir du visuel, il faut dire que nous n'en avons identifié aucune dans les dessins de cet auteur. Ce dernier se caractérise également par la non utilisation de l'ironie visuelle et par l'emploi de deux figures linguistiques, parmi lesquelles se détachent les figures de pensée, tels que l'allusion et l'hyperbole.

Un **troisième groupe** est formé par des caricatures qui présentent des métaphores créatives icono-plastiques et linguistiques, l'absence de figures de construction visuelles,

l'absence de figures de pensée verbales et l'utilisation d'une figure linguistique par image. Aucun dessinateur n'émerge de manière caractéristique dans ce groupe. Ces résultats mettent en lumière l'association entre des analogies verbales et visuelles, c'est-à-dire qu'il y a un double travail analogique dans les dessins qui constituent ce groupe.

Le **quatrième groupe**, enfin, établit des associations entre les caricatures de Kerleroux et l'emploi d'une figure visuelle, dont ni les figures de pensée ni les figures de contiguïté ne sont caractéristiques. On trouve aussi dans ce groupe l'absence de figures de contiguïté et de pensée verbales et l'utilisation d'une figure linguistique par image. On voit ainsi que les dessins de Kerleroux se caractérisent par l'emploi d'une figure autant dans le verbal que le visuel, dont les plus proches seraient les métaphores, qui restent pourtant, partagées par un bon nombre de dessinateurs. De par le plan factoriel, on peut dire que les caricatures de Kerleroux se trouvent aux antipodes de ceux de Cardon en ce qui concerne l'emploi des figures icono-plastiques.

L'axe 1 oppose la présence d'une figure icono-plastique (demi-axe positif) à la présence de deux à quatre figures icono-plastiques (demi-axe négatif). Si aucune figure spécifique ne peut être identifiée dans le premier cas, les figures de pensée, de contiguïté ainsi que l'ironie et ses variantes sont, en échange, associées au deuxième cas.

Il est intéressant d'apprendre que le *strip* est opposé à la caricature en ce qui concerne l'emploi des figures rhétoriques. Le premier se caractérise davantage par les métonymies et synecdoques visuelles et les allusions et hyperboles linguistiques –entre autres- alors que la deuxième se distingue par les métaphores créatives mise en œuvre dans les deux langages.

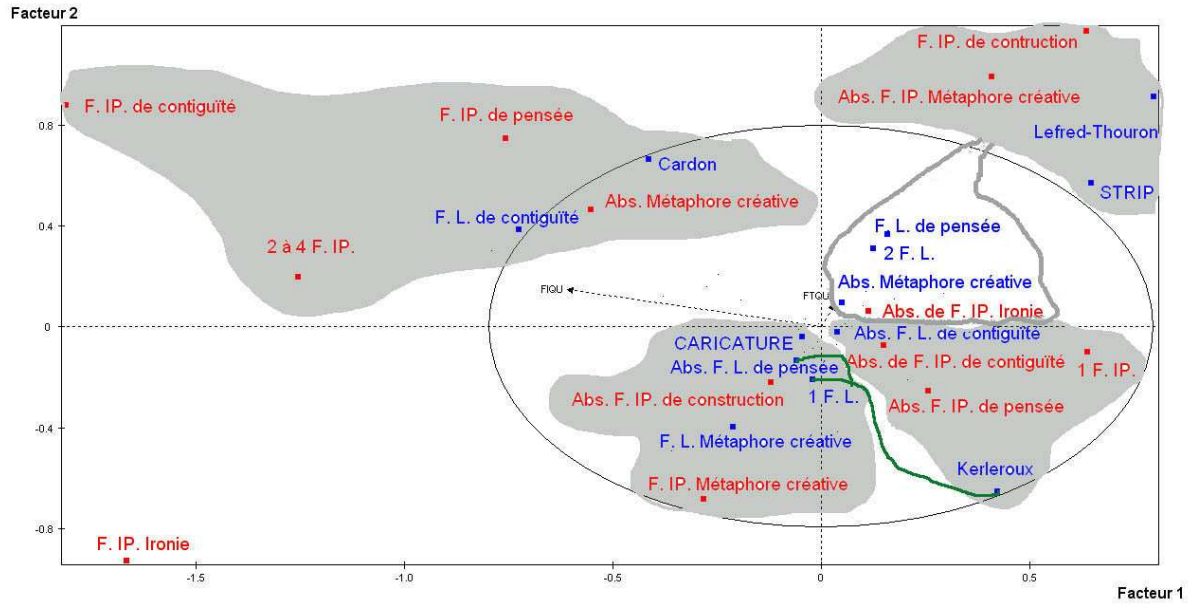


Figure 8.33. Axes factoriels 1 et 2 de l'AFCM qui a les figures rhétoriques icono-plastiques comme modalités actives. On présente, en rouge, celles qui présentent une contribution supérieure à la moyenne et en bleu, les modalités illustratives qui ont atteint ou dépassé la valeur test (fixé statistiquement à 1.96). Afin de rendre plus lisible le graphique, le reste des modalités en furent supprimées. Les deux modalités en vert signifient qu'elles s'associent au dessinateur Kerleroux.

De manière générale, ces deux AFCM centrées sur les figures rhétoriques linguistiques et icono-plastiques ont mis en évidence des associations entre l'emploi des figures et l'auteur des images, de manière que nous sommes en mesure d'affirmer qu'il y a des styles particuliers des dessinateurs dans le choix de ces procédés. D'autre part, les résultats ont

permis de constater encore une fois que les figures ne dépendent pas des périodes étudiées. Ces analyses nous ont aussi appris à propos de la façon dont certaines figures interagissent entre elles. Les figures de double sens linguistiques et l'ironie icono-plastique tendent à apparaître accompagnées d'autres groupes de figures dans l'image, alors que l'ironie linguistique tend à apparaître seule. Cette différence dans le comportement de l'ironie, selon qu'elle soit verbale ou visuelle peut être liée à une majeure difficulté à interpréter cette figure dans le visuel. Ainsi, quand les dessinateurs y font recours, ils ont besoin de guider le lecteur dans la reconnaissance de celle-ci, la combinant avec d'autres figures. Autrement dit, il est peu probable que l'ironie visuelle intervienne de manière isolée dans la production de sens dans les caricatures à une ou plusieurs vignettes.

8.3.3 La dimension portant sur les références culturelles

Nous avons effectué deux AFCM avec les quatre dimensions sur les références culturelles (thème, échelle, mode et type de savoir) comme variables actives : une première analyse focalisée sur les références linguistiques, et une deuxième centrée sur les références icono-plastiques. Les modalités concernant le type d'image, la page, et le registre de langue, ont intervenu de manière illustrative.

8.3.3.1 AFCM avec les références culturelles linguistiques comme variables actives

Ce traitement statistique a mis en lumière trois groupes de modalités qui associent exclusivement les dimensions sur les références culturelles.

Un **premier groupe** d'images se caractérise par l'utilisation des références linguistiques langagières, directes, notamment à échelle nationale et qui mobilisent un savoir populaire. De l'ensemble de dessinateurs, c'est Escaro qui fait davantage recours à ce type de références. Les périodes de 1995 et 2002 s'associent à ce groupe, de même que des thématiques de politique intérieure non spécifiées. Deux exemples sont les dessins d'Escaro présentés ci-bas [Figure 8.34 (a) et (b)]. Le premier est publié lors de la conformation du gouvernement par Jacques Chirac en 1995. Escaro fait référence au fait que le président ne va pas offrir Quai d'Orsay à Giscard d'Estaing en se servant d'un jeu de mots qui renvoie aux films *Quai des brumes* et *Quai de corral*. Le deuxième exemple porte sur l'absence de J. Chirac à une remise de prix dont il était l'invité d'honneur. Le prix serait octroyé à une journaliste chinoise emprisonnée. Escaro fait recours à un proverbe chinois, qu'il met en rapport avec l'absence de personnages représentés dans l'image.

Les deux autres groupes servent à caractériser des associations entre les différentes références. Ainsi, le **deuxième groupe** d'images associe les références linguistiques artistiques, philosophiques et des disciplines voisines, à une échelle nationale et européenne. Elles se présentent sous une forme indirecte et mobilisent un savoir cultivé. Le **troisième groupe** d'images associent des références linguistiques liées aux jeux et sports ainsi qu'aux symboles, traditions et religions à l'échelle universelle.

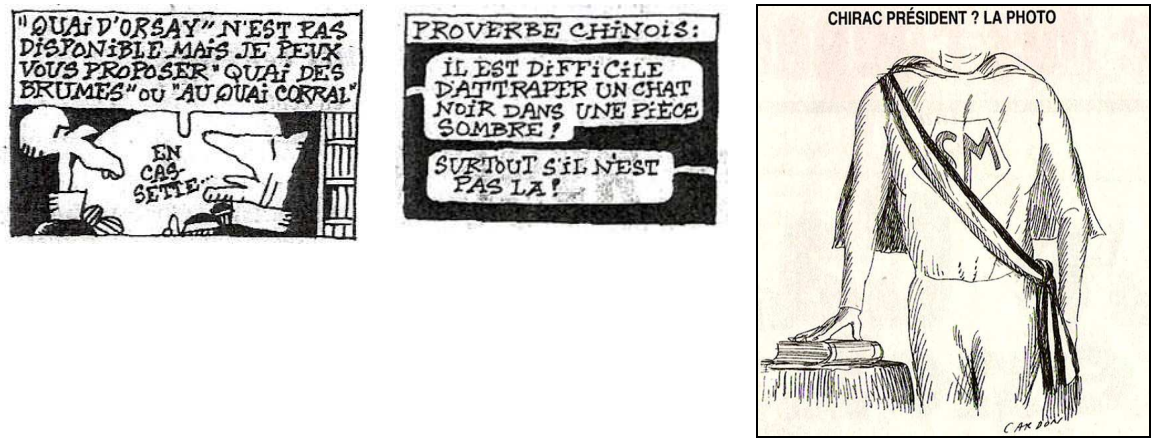


Figure 8.34. (a) A gauche, Escaro, 17/05/1995. **(b)** Au milieu, Escaro, 31/05/1995. **(c)** A droite, Cardon, 24/04/2002.

8.3.3.2 AFCM avec les références culturelles icono-plastiques comme variables actives

Dans cette analyse, qui a les références icono-plastiques comme des variables actives, nous avons établi des associations principalement entre deux groupes de modalités.

Un **premier groupe** est composé des références langagières et médiatiques nationales, qui sont présentées d'une forme indirecte. L'utilisation de ce type de références est liée aux thématiques de participation citoyenne et aux dessins de Cardon. Après consultation de notre corpus, nous sommes parvenue à un cas particulier du traitement des campagnes électorales par le biais des références aux médias et aux personnalités médiatiques. Il s'agit de la présentation de Jacques Chirac à sa campagne de réélection en 2002, comme le personnage « Supermenteur » de l'émission satirique audiovisuelle *Les Guignols de l'Info*. Même si la période de 2002 n'a pas atteint une valeur test, elle est proche aux références médiatiques dans les plans factoriels et il faut la peine de s'y arrêter. Les dessinateurs du CE se sont appropriés du personnage Supermenteur des *Guignols de l'Info* et, à partir d'un regard ironique mobilisé dans les signes icono-plastiques, ils ont présenté leurs réticences par rapport à la candidature du Président. Nous parlons des dessinateurs en général, parce qu'ils y ont fait appel en grand nombre. La Figure 8.34. et la Figure 8.35. en sont des exemples.

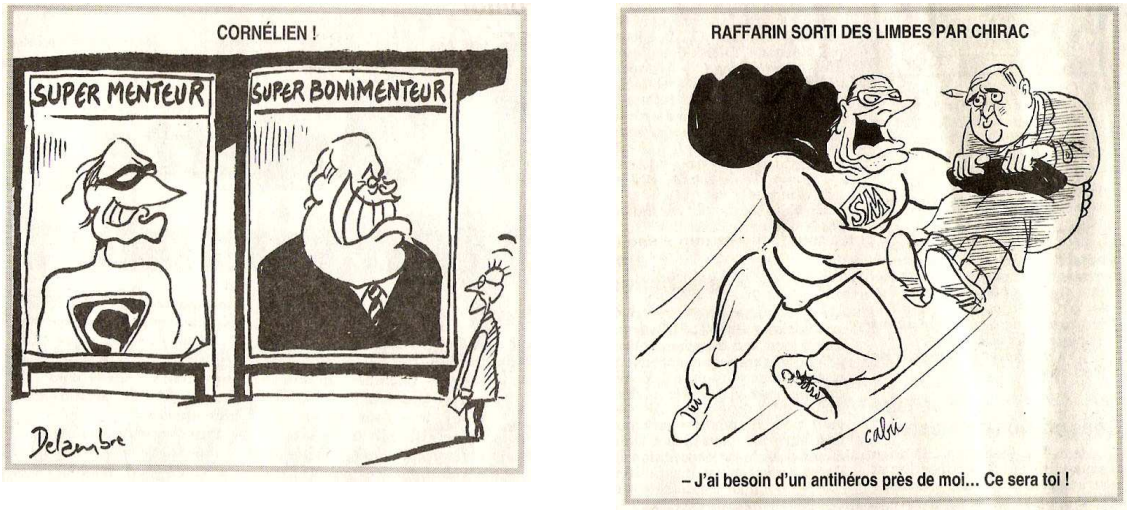


Figure 8.35. (a) A gauche, Delambre, 24/04/02. **(b)** A droite, Cabu, 7/05/2002.

Un **deuxième groupe** est constitué des références liées aux jeux et sports ainsi qu'aux symboles, traditions et religions, et elles correspondent à une échelle universelle, comme pour les références linguistiques. Les références qui font partie de ce groupe sont présentées de manière directe et actualisent un savoir populaire.

A partir des deux AFCM effectuées, certaines associations entre les références culturelles utilisées et les périodes considérées ont pu être identifiées. Les références aux jeux et sports ainsi qu'aux symboles, traditions et religions, s'associent à l'échelle universelle, tandis que les références à l'art et la philosophie se relient à l'échelle européenne et à un savoir cultivé. Les références linguistiques langagières, nationales, sont partagés par un public large et se caractérisent par une présentation directe.

Nous ne sommes pas en mesure d'établir une tendance nette des dessinateurs dans l'utilisation des références culturelles, qu'elles soient linguistiques ou icono-plastiques. Parmi les cas les plus distinctifs, il faut néanmoins mentionner l'utilisation qu'Escaro fait dans le texte, des expressions familières et figées ainsi que des références médiatiques.

8.4 Analyse des associations entre plusieurs dimensions d'analyse

Cette section est consacrée à des analyses ponctuelles et spécifiques qui s'intéressent à des relations particulières entre certaines dimensions d'analyse –au niveau de contenu et de la forme. Les questions présentées ci-dessous focalisent sur le mode de fonctionnement de divers éléments et requièrent des analyses séparées. La présentation des résultats suivra l'ordre des questions posées.

1. Quelles représentations du personnage Chirac émergent comme les plus caractéristiques ? Est-ce qu'il est possible d'identifier des tendances stylistiques parmi les dessinateurs ?
2. Quels rapports sont construits entre les personnages représentés ? Est-ce que la variable *proxémique* intervient dans la construction de ces rapports de manière distinctive ? Est-ce que ces rapports varient en fonction des thématiques abordées ?
3. Est-ce qu'il existe une association entre les traits de personnalité et les figures rhétoriques détectées ? Si oui, comment ces modalités s'associent-elles avec le type de titre, le registre de langue, la thématique abordée et le personnage auquel on fait référence dans le titre ?

8.4.1 Le personnage : représentation visuelle, position énonciative et présence d'autres personnages

Nous avons effectué une ACHA pour étudier l'association entre les personnages qui sont représentés dans les images, la macro-dimension qui porte sur la représentation visuelle du personnage Chirac et la dimension qui porte sur sa position énonciative. Nous rendrons compte des quatre classes, celles qui présentent l'information la plus caractéristique.

La **première classe** est la plus nombreuse en effectifs (62% des images) mais aussi en modalités. Elle comprend les caricatures ou *strips* qui représentent le personnage Chirac en train de parler, crier ou dialoguer, en même temps qu'il travaille. Il est debout et sérieux, avec des tenues formelles de travail et dans un décor non représenté. Les phrases qu'il profère sont assertives ou exclamatives. Il est seul ou avec son Premier Ministre. Les dessinateurs

Kerleroux, Escaro et Pétillon apparaissent de manière distinctive associés à ces modalités. Cette classe se réfère aux situations prévisibles dans un contexte de travail. Il faut néanmoins souligner l'absence de décor représenté, une caractéristique présente dans une bonne partie des caricatures (voir la section 8.1.3.6.).

La **deuxième classe** se caractérise par des caricatures (10% du total) qui représentent J. Chirac avec des acteurs non politiques ou bien avec des acteurs politiques et non politiques, où le Chef de l'Etat écoute, surpris, et n'émet pas de paroles. Il est dans une salle de travail, dans des plateaux des médias ou salles de conférence ; ses tenues sont formelles de travail. Un cas de figure qui découle de cette classe ce sont les caricatures qui traitent de la participation du Président à des émissions de télévision ou radio. Les journalistes représentés lui posent des questions qu'il ne s'attend pas.

La **troisième classe** est la plus homogène et la moins importante en nombre, avec 4% des images. Elle est aussi la plus distante au centre de gravité, autrement dit, celle qui diffère le plus des autres classes. Les images les plus caractéristiques représentent le Président en train de jouer un rôle fictif (ou un jeu), souriant, avec des tenues fantaisistes et dans un contexte fictif. Il est avec des acteurs politiques, ses gestes sont informels, et il n'émet pas de paroles. Les thématiques sur des actions gouvernementales, dont la dissolution de l'Assemblée, le dessinateur Cabu, la première page et la période 1997 s'associent à cette classe. La représentation du Chef de l'Etat dans des situations fictives rompt avec le traitement habituel que les médias, y compris le CE, font de ses actions, ce qui justifie que ce soit la classe la plus différente. Un résultat très précieux qui découle de cette analyse est l'association de ce type de représentation de J. Chirac avec la période de la dissolution de l'Assemblée Nationale, et le dessinateur Cabu. Pourquoi ce dernier a opté pour recréer des situations fantaisistes afin de traiter ce fait politique ? Une explication est une idée récurrente mobilisée par l'auteur, de présenter Jacques Chirac comme un magicien qui monte un spectacle de la politique [Figure 8.36. (b)], ou qui fait d'arbitre (ou « attend le vainqueur ») face aux disputes des membres du parti politique (RPR) [Figure 8.31. (b) et Figure 8.36. (a)]. Dans les deux cas de figure, le personnage veut se montrer comme celui qui trouve des solutions aux problèmes, encore que le regard de Cabu par rapport à ceci soit ironique.

La **quatrième classe**, enfin, regroupe les images (11% du total) dans lesquels J. Chirac est assis, en train de se reposer ou manger, s'entretenir ou s'informer. Il est surpris, inquiet ou mal à l'aise, il a peur. Ses gestes sont informels, de même que ses tenues, et il se trouve dans son lieu de vacances ou sa maison. Il est représenté avec sa famille, avec des acteurs non politiques ou bien avec des acteurs politiques et non politiques. Les dessinateurs Lefred-Thouron et Cabu, ainsi que les pages 6 et 7, s'associent aux modalités décrites. Un groupe de ces images se centrent sur la vie de Jacques Chirac dans son cercle plus intime, mais toujours en relation avec des sujets politiques. Lefred-Thouron aime le dessiner avec sa femme, assis à table, surpris à cause des commentaires mordants de Bernadette. Ces situations peuvent être représentées aussi bien dans des caricatures que dans des *strips*. Dans le dernier cas, elles constituent une sorte de rubrique du dessinateur, qui se publie souvent dans les dernières pages du journal. Des exemples de cette classe sont les figures Figure 8.30. (b) etFigure 8.37. Dans la Figure 8.37. (a), Lefred-Thouron se base sur la bonne image que Jacques Chirac a encore en 2005 parmi les agriculteurs. Pendant le petit déjeuner, Bernadette lui suggère d'organiser un Salon de l'Agriculture anticipé afin de remonter sa cote de popularité. Dans la

Figure 8.37. (b), Bernadette intervient encore une fois dans des sujets politiques et s'inquiète des relations de la France avec le Vatican. Elle est représentée comme quelqu'un de très catholique. Le personnage de Jacques Chirac est caractérisé comme un paresseux.

Figure 8.36. (a) A gauche, Cabu du 30/04/1997, p.1. **(b)** A droite, Cabu, 23/04/1997, p.2.

Figure 8.37. (a) A gauche, caricature de Lefred-Thouron, 1/6/2005, p. 6. **(b)** A droite, *strip* du 11/05/2005, p. 8.

L'ensemble des classes rend compte de différentes situations dans lesquelles le personnage est représenté : soit en train de travailler seul ou avec son Premier Ministre ; soit dans des plateaux des médias où il écoute des questions, surpris, et reste sans parole ; soit dans des contextes fictives, en train de réaliser des actions fantaisistes ; soit chez lui avec sa femme en train de regarder la télévision. La Figure 8.38. montre le premier plan factoriel de l'ACHA, avec les partitions en cinq classes, dont nous avons présenté les quatre les plus importantes[295]. L'analyse a mis en évidence plusieurs associations entre des dessinateurs et des styles différents de représenter les déclarations et actions du personnage Chirac, et même une période s'y associe, celle de 1997. Cabu fait partie des plusieurs des classes décrites. Ceci obéit à la façon dont il représente le personnage, particulièrement riche et différente des autres auteurs. Ses caricatures se caractérisent par un bon nombre d'éléments répertoriés dans l'analyse : actions, expressions, vêtements et décor.

[295] La cinquième classe est présentée dans les annexes.

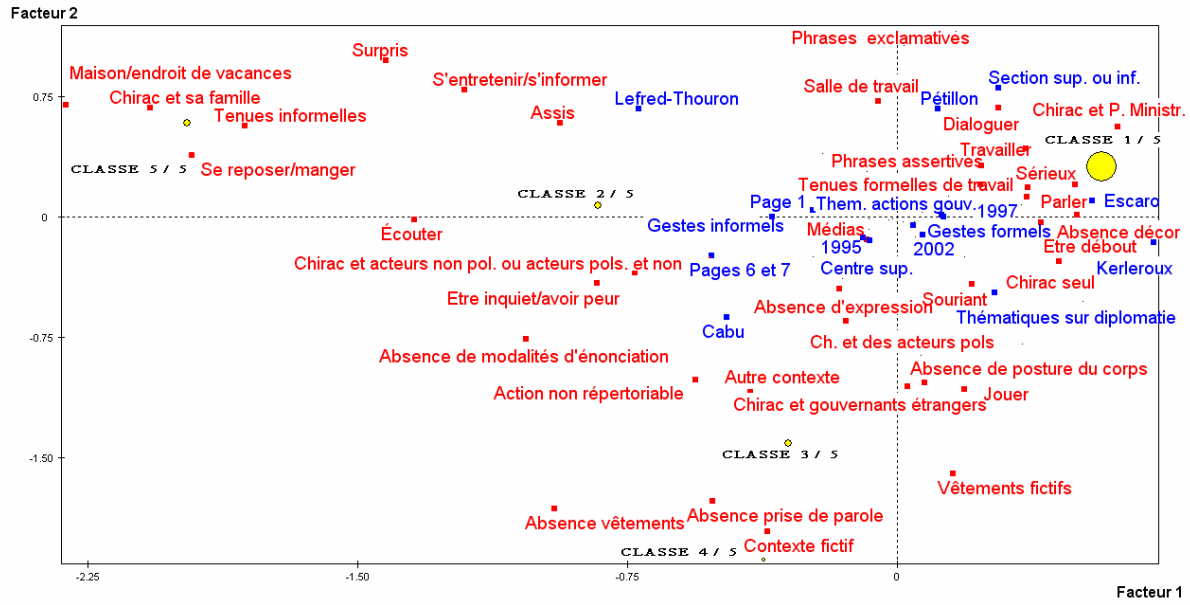


Figure 8.38. Premier plan factoriel avec les cinq classes constituées à partir de l'ACHA centrée sur les personnages et la macro-dimension sur la représentation visuelle. On présente les modalités actives (en rouge) et illustratives (en bleu) qui ont atteint la valeur test. Les modalités ne présentent pas forcément leurs coordonnées réelles puisqu'on ne présente que les deux premiers axes factoriels.

8.4.2 Les personnages, leurs rapports, leur proxémique et les thématiques abordées

Il nous intéresse maintenant d'étudier les rapports construits entre les personnages représentés dans les caricatures, d'enquêter pour savoir s'il y a des variations selon les thématiques dont il est question, et de voir si ces variables s'associent à la période, au type d'image, à l'auteur, à la page du journal, et au registre de langue. A partir d'une ACHA, nous avons détecté cinq classes de modalités.

La **première classe** (8% du total) est la plus homogène et elle lie les images qui représentent J. Chirac avec des adversaires politiques, à la construction d'un rapport d'antagonisme et à la page 2 de la *Mare aux Canards*. Ceci est intéressant car, en accord avec des résultats obtenus pour les titres, il met en évidence le fait que cette rubrique consacre une place considérable aux sujets de dispute entre le Président et des adversaires. Un exemple de ceci est la caricature d'Escaro qui représente J. Chirac et L. Jospin en train de s'insulter (Figure 8.61.).

Figure 8.39. (a) A gauche, fragment de la page 2 de la *Mare aux Canards* avec une caricature de Escaro; 17/04/2002. **(b)** A droite, caricature de Cabu publiée le 7/05/2002.

La **deuxième classe** (14% d'images) correspond notamment aux caricatures et *strips* de Cabu publiés dans les pages 6 et 7 du journal, qui portent sur des thématiques de politique intérieure non spécifiées et qui représentent à J. Chirac avec des acteurs politiques ou bien des acteurs politiques et non politiques, qui maintiennent un rapport neutre. La Figure 8.39. (a) est une caricature de Cabu, publiée dans la page 6 et représente le Président avec des membres de la classe politique et sa femme. C'est un bon exemple de réification ou de métamorphose objectale (Tillier, 2005), extrêmement rare dans les caricatures du CE.

La **troisième classe** (21% des cas) est formée par les caricatures des dessinateurs les moins assidus -Brito, Guiraud, Potus, Shertman et Wozniak- qui se caractérisent par la représentation de Jacques Chirac avec des acteurs politiques ou bien avec le peuple ou les journalistes, en contact physique. La Figure 8.40. (a), de Potus, satirise sur la campagne présidentielle de J. Chirac en 2002 : le personnage cherche le contact physique des citoyens pour gagner les voix.

Figure 8.40. (a) A gauche, caricature de Potus; 10/04/2002, p.2. **(b)** A droite, caricature de Pétillon, 4/06/1997, p.8.

La **quatrième classe** (51% des cas) est la plus hétérogène mais aussi la plus proche du centre de gravité, c'est-à-dire qu'elle réunit les modalités les plus partagées entre toutes les classes. Elle comprend des caricatures de J. Chirac avec son Premier Ministre, avec sa

famille, ses conseillers, ou ses partisans politiques, qui maintiennent un rapport de collaboration mais qui ne se caractérisent pas par un contact physique. Les thématiques militaires ainsi que le dessinateur Pétillon s'associent à cette classe. Il est intéressant d'apprendre que les personnages qui sont représentés en rapport de collaboration avec J. Chirac sont ses proches politiques (Premier Ministre, partisans, conseillers) et sa famille (Bernadette Chirac). Paradoxalement, l'absence de contact physique est utilisée comme un procédé caractéristique associé au rapport de collaboration. La Figure 8.40. (b), publiée après les élections législatives de 1997, fait partie de cette classe, et montre un Président compatissant envers son ancien Premier Ministre.

La **cinquième classe** (6% des cas) est celle qui se distingue le plus des autres. Elle associe les caricatures qui présentent J. Chirac avec d'autres personnes (gardiens, prêtres, juges et des anonymes), aux thématiques de corruption, aux pages 3 et 4, et au dessinateur Escaro. A l'exception de cette dernière modalité, qui est présente avec quelques unes des catégories qui font partie de cette classe, les autres apparaissent ensemble avec une certaine fréquence. Les pages 3 et 4 sont consacrées aux enquêtes journalistiques, qui portent souvent sur des affaires de corruption. La Figure 8.41. appartient à ce groupe. Cette caricature fut publiée après le deuxième tour des élections présidentielles de 2002 et présente à J. Chirac comme quelqu'un qui veut tirer profit de sa situation politique. Il faut rappeler que le juge Halphen, représenté dans la caricature de Cabu, a instruit l'affaire des HLM de Paris et a convoqué le président Chirac comme témoin. Ce dernier est resté pourtant à l'abri de l'enquête judiciaire en raison de son immunité présidentielle.

La Mare aux Canards

A peine réélu, Chirac
nse à son avenir judiciaire

sée, certains caressent ce projet fou : une loi d'amnistie. Mais pas question d'en parler avant les législatives…

…laisser emmer-
…ires pendant les
…ines années,
…sept dernières. »
…l tour, un proche
… envie d'en finir
…ie de casseroles

…emaines, des
…anchent sur un
…ettrait d'envoyer
…s affaires judi-
…sident. Il n'est,
…n d'évoquer pa-
… campagne des
…ainsi de scanda-
…ou de faire rica-
…illet prochain, à
…traordinaire de
…t élue, la tradi-
…sidentielle pour-
…ragraphe visant
…s politico-judi-
… faire passer la
…ovidentiel coup
…ent profiter à
… en délicatesse
…l là il faut déjà

l'opinion. Dominique Perben, l'un des députés RPR les plus remontés contre les juges qui osent soupçonner Chirac, avait déjà mis en garde ses amis en septembre 2000 lors des journées parlementaires du RPR : « *Si on fait* (sic) *l'amnistie, les Français sortent et dépavent les rues.* » Mais, depuis, Perben a eu le temps de réfléchir. Car entre les inconvénients d'un auto-blanchiment et la perspective d'un harcèlement permanent de Chirac par les magistrats, la tentation est forte de choisir la première solution.

Amis en grand danger

D'ailleurs, à entendre le clan des jusqu'au-boutistes de l'Elysée, le vote de cette loi d'amnistie ne serait, dans les circonstances présentes, qu'un mauvais moment à passer. Les braves électeurs auraient, paraît-il, tout le temps d'oublier cet épisode fâcheux avant de voter à nouveau. Rappel historique nécessaire : en décembre 1989, les socialistes avaient tenu le même raisonnement en faisant voter une première loi d'amnistie sur le financement

Reste à trouver un garde des Sceaux à poigne capable d'assumer une telle loi. Au cas où, la cellule judiciaire de l'Elysée, qui regroupe des avocats RPR et certains conseillers du Président, a déjà commencé à préparer un brouillon de projet de loi. Aux dernières nouvelles, celui-ci couvrirait « *tous les délits en liaison avec les élections* ».

Cette formule passe-partout permettrait de débloyer largement le terrain. Ainsi, les affaires de faux électeurs de Paris ne seraient plus qu'un souvenir, tout comme celle des emplois fictifs. Une bonne partie des dossiers des HLM de Paris et des lycées d'Ile-de-France serait enterrée du même coup.

Ironie de l'histoire : pour bénéficier de l'amnistie, les anciens lieutenants et collecteurs de fonds de Chirac risquent d'être contraints d'avouer ce qu'ils ont, jusqu'à présent, toujours nié. A savoir, les marchés publics truqués, les fausses factures et le financement occulte du RPR. Mais du moment que personne ne reparle du grand chef…

Hervé Liffran

Figure 8.41. Fragment de la page 3 de la *Mare aux Canards* avec une caricature de Cabu; 7/05/2002.

Ce traitement statistique a été très utile pour détecter des relations entres certaines variables travaillées : des pages qui s'associent à certaines thématiques et à un traitement particulier des personnages représentés ; des dessinateurs qui mettent l'accent sur les rapports entre certains personnages (par exemple, Pétillon et le rapport de collaboration entre le Président et ses proches politiques et/ou sa femme) ; ou l'utilisation du contact physique pour passer un message critique.

8.4.3 Des figures rhétoriques spécifiques en fonction des traits de caractère présentés (et vice-versa)?

Comme nous l'avons fait pour les titres, nous voulons savoir s'il existe une association entre des figures rhétoriques et des traits de caractère. Nous avons effectué en premier lieu une AFCM avec les traits de caractère négatifs et positifs, les figures rhétoriques icono-plastiques et linguistiques, comme des variables actives, et la période, l'auteur, le type d'image, la page, la thématique abordée et les personnages représentés, comme des variables illustratives. Pourtant, comme à partir de l'histogramme de valeurs propres, nous n'avons pas détecté un nombre limité d'axes qui présentent une bonne absorption de l'inertie[296], nous avons fait une ACHA. Cette analyse a mis en évidence sept classes de modalités, dont nous présenterons les six les plus significatives[297]. Les périodes ne font partie d'aucune de ces classes.

La **première classe** (28% d'images) met en rapport plusieurs traits de caractère avec des figures rhétoriques mais elle ne le fait pas de manière très nette. Si l'on se centre sur le dessinateur Pétillon –qui a atteint la valeur test-, on peut dire qu'il se caractérise par le fait de ne pas utiliser de figures icono-plastiques. En ce qui concerne la représentation de J. Chirac, il opte pour deux voies opposées: soit il lui attribue trois ou plus de traits négatifs, soit il ne lui attribue aucun. Parmi les traits positifs, les plus distinctifs caractérisent le personnage Chirac comme charismatique et empathique (il est pourvu d'autorité face à son Premier Ministre, parmi d'autres).

La **deuxième classe** (42% des cas) est la plus nombreuse et hétérogène et celle qui réunit le plus grand nombre d'éléments communs : elle comprend quinze modalités, notamment celles correspondant aux traits et figures. Par rapport aux associations de ces deux dimensions d'analyse, il existe une forte relation entre le fait de présenter le personnage Chirac comme impopulaire et inefficace et l'utilisation des figures de pensée dans le texte, notamment l'ironie, le sarcasme et l'allusion. Plusieurs dessinateurs font cette combinaison de traits et figures, mais celui qui est caractéristique de cette classe est Lefred-Thouron. Ce dessinateur se distingue aussi par le fait de représenter le Président comme dépourvu d'autorité et impopulaire et par ne pas lui attribuer de traits positifs. Dans la Figure 8.42. (a), cet auteur établit une contradiction antiphrastique entre le titre et l'idée proposée par le personnage Chirac, soucieux de trouver des arguments qui convainquent les électeurs de voter *oui* lors du référendum sur la Constitution Européenne en 2005.

[296] Voir la section 5.2.2.3.
[297] La septième classe est présentée dans les annexes.

Figure 8.42. (a) A gauche, Lefred-Thouron, 25/05/2005, p. 4. **(b)** A droite, Cabu, 12/06/2002, p. 6.

La **troisième classe** (5% d'images) se caractérise par quatre modalités : l'utilisation de deux à quatre figures icono-plastiques, les dessins de Cabu, les thématiques mixtes et la représentation de Chirac avec des acteurs politiques. En effet, de la totalité d'images où l'on trouve J. Chirac avec des acteurs politiques divers (partisans, conseillers et adversaires), 68% correspondent aux caricatures et *strips* de Cabu. La plupart des thématiques mixtes identifiées dans les images correspondent aussi à ce dessinateur. Comme nous l'avons dit précédemment, cet auteur se caractérise par le recours à plusieurs figures icono-plastiques dans un même dessin.

La **quatrième classe** (3% d'images) réunit une seule modalité : le trait positif qui caractérise J. Chirac comme compétent. Le fait de constituer une classe toute seule obéit à sa rareté.

La **cinquième classe** est la moins nombreuse (3% d'images) et celle qui diffère le plus des autres. Elle établit des associations entre la présence d'un trait positif non spécifié ou plusieurs traits positifs par image, et de nombreuses modalités : l'absence de traits négatifs, les métaphores créatives linguistiques, les thématiques d'action gouvernementale, et la page cinq du journal. L'absence de traits négatifs, pour sa part, est associée aux métaphores créatives linguistiques, ainsi qu'aux sujets d'action gouvernementale traités dans les images. A partir de ces résultats, on apprend que la présence de plusieurs traits positifs dans une caricature ou un *strip* correspond, dans la plupart des cas, aux sujets qui portent sur les actions du gouvernement. La Figure 8.42. (b) est l'exemple du traitement de la conformation du gouvernement de Jean-Pierre Raffarin, après les élections présidentielles de 2002, à partir d'une métaphore tantôt linguistique qu'icono-plastique, dans laquelle Jacques Chirac est présenté à la fois comme un connaisseur et comme pourvu d'autorité. Cette image a été publiée dans la page cinq de la rubrique *Canardages*.

La **sixième classe**, enfin, (12% d'images) comprend sept modalités, dont trois concernent les figures rhétoriques, et aucune, les traits de caractère. L'analyse a mis en évidence une association entre les caricatures d'Escaro de la page deux et l'utilisation des figures de mots et de double sens dans le texte, ainsi que de la combinaison des figures de contiguïté, de double sens, métaphores figées et créatives, dans le visuel. Ces résultats sont en syntonie avec ceux auxquels nous sommes parvenue dans l'analyse présentée dans la section 8.3.2.1. Escaro a recours à une grande variété des figures.

A partir du traitement statistique, on confirme le résultat décrit pour les titres : nous ne sommes pas en mesure de répondre de manière catégorique à la question sur l'utilisation des figures rhétoriques spécifiques en fonction des traits de caractère présentés. Certaines associations, néanmoins, se sont détachées du reste, comme la représentation du Président comme impopulaire et inefficace à partir des figures de pensée linguistiques, ainsi que le fait d'opter pour plusieurs figures linguistiques quand on caractérise le personnage comme ayant une mauvaise aptitude communicationnelle et empathique. L'association la plus certaine se produit entre quelques dessinateurs et les figures qu'ils utilisent ou les traits de caractère sur lesquels ils mettent l'accent.

8.5 Analyse des associations entre toutes les dimensions et ses catégories

De même que nous avons fait pour le cas des titres, il s'agit d'étudier de quelle manière l'ensemble des dimensions d'analyse interagit à une échelle macro. Quelles sont les modalités qui ont un poids majeur, statistiquement parlant, et qui se s'écartent de la moyenne ? Quels sont donc les éléments les plus caractéristiques de différents groupes ? Cette analyse permettra de faire une sorte de bilan des différentes analyses partielles et en profondeur réalisées.

Nous avons en premier lieu effectué une AFCM, mais le grand nombre de variables intervenant dans le traitement statistique affectait leur bonne représentation dans les axes factoriels. Nous avons alors réalisé une ACHA, à partir de laquelle nous avons retenu cinq classes, dont une correspondait aux images où le personnage Chirac n'est pas dessiné. Ce types d'images s'associe au dessinateur Cardon, résultat qui nous permet d'extraire une caractéristique par rapport à son style : il traite des sujets concernant les actions et déclarations du Président, en jouant avec la non représentation de l'homme politique. Il faut ajouter que l'analyse de ses caricatures a mis en évidence le fait que quand il représente le personnage, ce dernier est, dans la majorité des cas, de dos. Ceci s'applique à l'ensemble de la classe politique[298]. Un autre cas de figure est l'exemple déjà présenté plus haut, le personnage Chirac est dessiné de front, mais sans que sa tête soit dessinée (!) [voir la Figure 8.34. (c)].

Ce groupe de modalités se situe dans un extrême du plan factoriel (voir la Figure 6.20. des annexes), ce qui produit un entassement du reste des modalités, et une mauvaise contribution statistique. Afin d'avoir une meilleure représentation de la plupart des modalités, nous avons alors effectué une deuxième analyse en filtrant les images dans lesquelles le personnage n'est pas dessiné. Dans ce deuxième traitement statistique, nous avons identifié six classes.

La **première classe** est la plus nombreuse (35% d'images) et la plus proche du centre de gravité. Elle correspond aux images qui représentent les situations de travail associées au Président : Jacques Chirac est représenté avec son Premier Ministre ou ses conseillers, avec qui il dialogue. Il porte des tenues formelles de travail (costume, cravate, chemise), il est dans

[298] Parmi les raisons qui pourraient expliquer ceci, il y en a une que nous avons entendue de quelques chercheurs dans le domaine de la caricature. Ils affirment que Cardon ne veut pas accorder aux hommes et femmes politiques « l'honneur » d'être représentés. Malheureusement, nous n'avons pas pu interviewer Cardon et connaître son explication.

son bureau ou dans une salle, debout, sérieux ou triste. Ses phrases sont exclamatives, ses gestes, formels. Il n'est pas en contact avec les autres acteurs. Les rapports sont soit d'antagonisme, de collaboration ou neutres. On met l'accent sur son charisme et son empathie et on ne fait pas usage de figures icono-plastiques ni de références culturelles. Ces images sont associées à Pétillon et au registre courant. Un groupe de ces dessins représentent le chef de l'Etat comme pourvu d'autorité face à ses proches –cette caractéristique a déjà été associée à Pétillon-, avec des figures rhétoriques linguistiques non spécifiques et sans faire recours ni à des figures icono-plastiques ni à des références culturelles étrangères au fait politique abordé. Les rapports que le personnage entretient avec les autres acteurs sont variés : ils peuvent être tendus, cordiaux ou neutres.

Une **deuxième classe** (20% d'images) réunit les cas où Jacques Chirac parle tout seul. On ne peut pas préciser ni ses postures corporels, ni ses actions ni ses prises de parole. Le décor n'est pas dessiné et aucune référence culturelle n'a été identifiée. Kerleroux et l'année 1995 s'associent à cette classe. Ce dessinateur choisit, en effet, de représenter souvent le personnage seul, en train de parler sans qu'on puisse repérer s'il est debout ou assis à cause de l'échelle de plan de l'image qui cadre la figure humaine au ventre. Kerleroux mobilise rarement des références culturelles. La raison de retrouver la période de 1995 dans cette classe nous semble répondre plus à une majeure prolifération des dessins de Kerleroux à cette époque qu'à une association entre les procédés décrits et le contexte temporel. Ces caractéristiques restent stables au cours du temps.

Une **troisième classe** (12% d'images) rend compte des situations plus privées du Président, mais toujours en rapport avec la politique. Jacques Chirac est avec sa famille, plus spécifiquement, sa femme, chez lui et dans son lieu de vacances. Ses gestes et tenues sont informelles (chemise et cravate lâche, vêtements sportifs, pyjama, etc.), et il est assis à table en train de manger, ou dans son fauteuil face à la télévision et avec une bière, ou allongé à la plage au Fort de Brégançon, entre autres. Il écoute Bernadette surpris, qui le laisse sans parole, ou bien il est inquiet face à une situation qui ne lui est pas favorable. Le rapport entre eux est de collaboration mais sans qu'il y ait un contact physique. Les dessinateurs ne cherchent pas à flatter le Président, tout au contraire (la modalité « absence de traits positifs » y est caractéristique) et ils le font en se servant notamment des figures linguistiques de pensée : à partir de la lecture oblique exigée par l'allusion ou de l'exagération propre de l'hyperbole. Les dessinateurs Lefred-Thouron et Cabu s'associent à cette classe, de même que les pages 6 et 7. Nous avons fait référence à certaines de ces caractéristiques dans des analyses partielles.

La **quatrième classe** (5% d'images) est celle qui se différencie le plus de l'ensemble. Elle correspond aux sujets politiques abordés à partir d'une représentation fantaisiste, dans laquelle Jacques Chirac joue un rôle fictif et porte le vêtement d'un super héros, d'un sportif, etc. Il est avec des acteurs politiques ou avec des acteurs politiques et non politiques, et dans certains cas, il ne parle pas. Ces images sont des métaphores créatives visuelles qui peuvent éventuellement opérer avec des figures de double sens, et des figures de pensée icono-plastiques (allusion, substitution, hyperbole). L'utilisation des références culturelles mixtes (langage verbal et visuel) rend compte du choix de mettre en œuvre un réseau des connaissances de la culture générale du lecteur. Parmi les dessinateurs, Cabu est le plus

caractéristique. Cette classe met ainsi en évidence des choix stylistiques caractéristiques de ce dessinateur.

Dans la **cinquième classe**, la moins nombreuse (3% d'images) et la plus homogène, des images de Cabu s'associent à des scènes fictives (vêtements, actions et décor). J. Chirac est avec des acteurs politiques -en rapport neutre- ; il est souriant et ses gestes sont informels. Ces scènes sont associées aux thématiques d'action gouvernementale et à la période de 1997, époque de la dissolution de l'Assemblée Nationale. Nous avons évoqué de possibles explications un peu plus haut. Ces images se caractérisent par un double travail analogique, mobilisé autant par le langage verbal que visuel, parfois combiné avec des métonymies et synecdoques et/ou des symboles et métaphores figées et lexicalisées icono-plastiques. Le dessinateur fait aussi appel aux références icono-plastiques et mixtes qui correspondent à un savoir populaire, centrées sur des jeux et sports, à échelle européenne, et qui sont actualisées de mode direct. Ces caricatures et/ou *strips* présentent donc un travail très riche du point de vue icono-plastique.

La **sixième classe** (26% de dessins) est la plus hétérogène. Elle condense une bonne diversité de références culturelles : linguistiques et icono-plastiques, à échelle nationale, européenne et non européenne, portant sur des thèmes liés à l'art, la philosophie et des disciplines voisines, à la géographie et l'histoire, au langage, aux symboles et traditions ainsi qu'aux médias, et actualisant un savoir populaire ou cultivé à partir d'un mode direct ou indirect. D'autres modalités associées sont le fait de représenter J. Chirac avec des gouvernants étrangers, dans un contexte non spécifique, la combinaison double de figures linguistiques et la page deux. Cette classe met en évidence que les images dont les sujets politiques se réfèrent à des affaires internationales, s'appuient sur des connaissances culturelles plus ou moins partagées sur des thèmes très variés et à l'échelle nationale ou internationale.

Le grand absent des classes décrites est la variable qui considère les traits négatifs : cela obéit au fait qu'ils sont très habituels dans une bonne partie des images, et aucun d'entre eux ne se détache de manière distinctive. Ce résultat justifie la réalisation des analyses plus ponctuelles qui nous ont permis d'étudier à une échelle plus petite le comportement de cette dimension à niveau intra et interdimensionnel. Le premier plan factoriel de cette analyse est présenté dans la Figure 8.43., où chaque classe est illustrée avec une image caractéristique.

Cette analyse a été très riche et a fait possible non seulement de corroborer certains résultats obtenus à partir des traitements statistiques partiels, mais aussi d'identifier de nouvelles associations entre les catégories. Elle a aussi mis en évidence une grande connexion entre les dimensions de contenu et de forme. En particulier, nous avons appris que les procédés utilisés par les dessinateurs se divisent en deux groupes : d'un côté, ceux qui restent invariables au cours du temps et qui sont donc plus liés aux marques stylistiques constitutives ou essentielles de l'auteur ; et d'autre côté, ceux qui sont associés au contexte politique traité et, même s'ils rendent compte d'un choix personnel de représentation, restent plus particuliers.

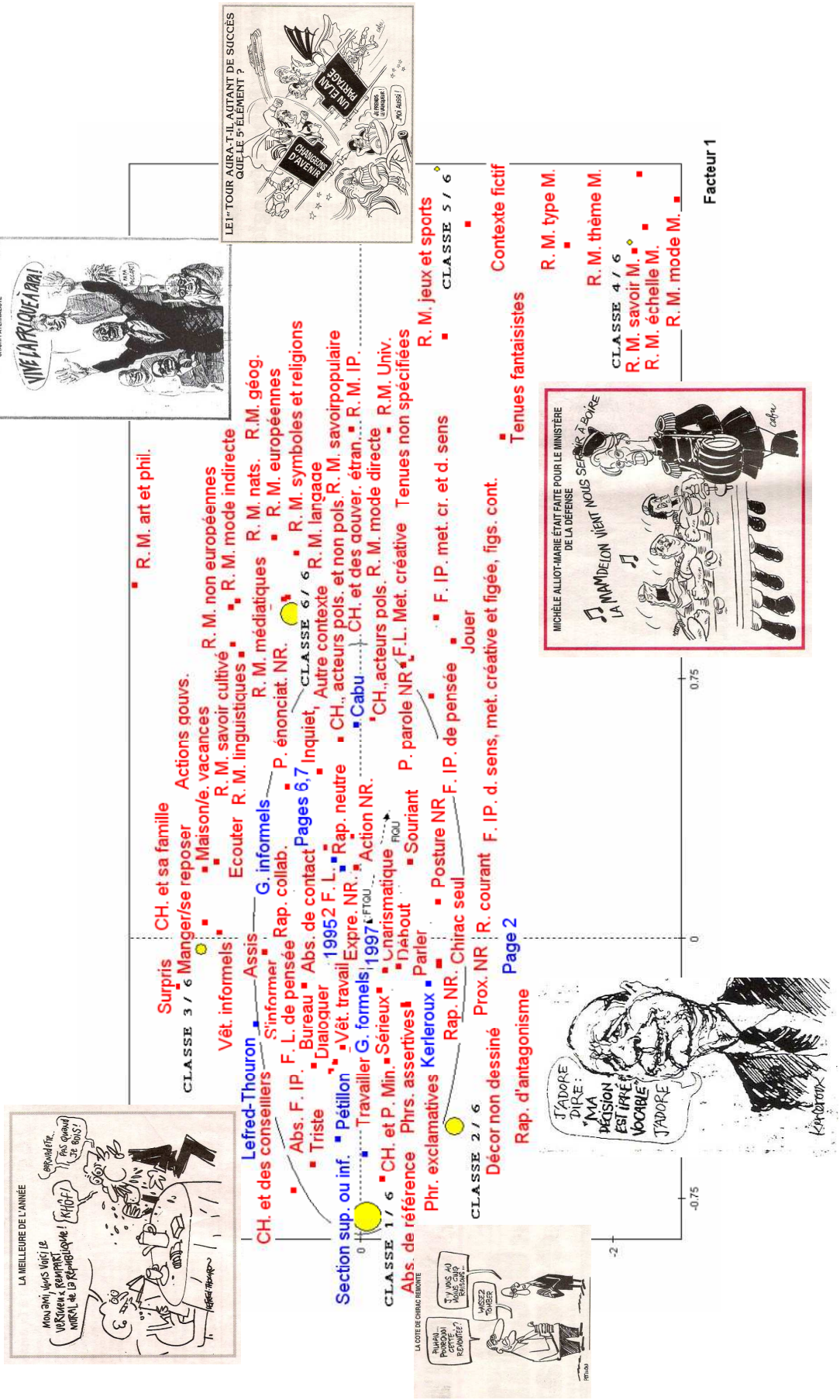


Figure 8.43. Premier plan factoriel avec les six classes constituées à partir de l'analyse globale. On présente les modalités actives (en rouge) et illustratives (en bleu) qui ont atteint la valeur test. Chaque classe est illustrée avec une image typique.

8.6 Conclusions

La reproduction du même appareil méthodologique appliqué pour les titres a été encore plus productive pour le cas des images du CE, car non seulement les catégories d'analyse sont plus riches en nombre et en diversité, mais aussi parce que leur interaction offre des résultats d'énorme intérêt à partir notamment d'une variable clé de cette étude, comme c'est celle des auteurs des caricatures et *strips*.

Le calcul du χ^2 a fourni des résultats en syntonie avec ceux obtenus pour les titres, qui rendent compte d'une plus grande dépendance des dimensions de contenu envers la variable temporelle que des dimensions de forme. D'autre part, ce calcul statistique a permis de constater de manière incontestable que les caricatures et *strips* publiés par le CE sont d'une grande diversité stylistique. Chaque dessinateur se différencie par les procédés mis en place : que ce soit par rapport à la représentation visuelle du personnage Chirac, aux figures rhétoriques utilisées ou des références culturelles actualisées. Ils présentent aussi plusieurs nuances dans l'image construite sur l'homme politique en question : il y a des variations dans les traits de caractère qui lui sont attribués, dans les personnages qui sont dessinés avec lui, et dans les rapports établis entre eux. Avant de faire mention des croisements entre la variable *auteur* et les catégories des autres dimensions, nous reviendrons sur quelques données obtenues à partir des fréquences absolues.

Les analyses ont mis en avant certains critères éditoriaux qui interviennent dans les textes publiés du journal. Ainsi, nous avons vérifié, dans notre corpus, l'un des recours du comiques souvent attribués à l'image satirique et c'est le fait de présenter deux sujets non directement liés, dans une seule vignette. Pour le cas des images du CE, il est assez habituel que les dessinateurs lient les deux sujets principaux de la semaine. Ce constat est mis en évidence par la deuxième place que les thématiques mixtes occupent dans les images analysées. Ce procédé discursif pourrait être placé parmi ceux que Patrick Charaudeau regroupe sous le nom « d'incohérence insolite» (voir la section 1.4.5.). Un autre critère éditorial identifié associe certaines pages à des thématiques ainsi qu'à un traitement particulier des personnages représentés, comme c'est le cas de focaliser sur les rapports de J. Chirac avec ses adversaires dans la deuxième page du journal, qui correspond à la rubrique *La Mare aux Canards*. Comme pour les titres, cette deuxième page dévoile des scoops sur les « couloirs » de la politique et insiste sur les confrontations entre différents membres de la classe politique.

L'étude des rapports construits entre le Président et d'autres personnages représentés dans les dessins, nous a permis de voir que dans la majorité des cas, ces derniers sont des proches de J. Chirac. Ainsi, la moitié des rapports identifiés sont de collaboration, ce qui marque une différence importante par rapport aux titres, où ce type de rapports ne s'appliquait qu'à 26% des cas.

Il y a une plus grande densité des traits de caractère attribués à l'homme politique considéré dans les images que dans les titres. La combinaison triple, quadruple ou quintuple de traits dans un même dessin est plus élevée, ce qui rend compte d'un terrain plus propice

que le purement verbal pour la construction multiple de sens associés au personnage. Si l'on se centre sur les quatre sous-dimensions travaillées –la compétence, l'intégrité, la fiabilité, le charisme et l'empathie-, les trois dernières ont des valeurs proches, ce qui met en évidence une distribution assez équilibrée dans les domaines des critiques des dessinateurs. Il faut pourtant souligner qu'ils s'acharnent davantage en ce qui concerne la crédibilité du président et moins dans sa compétence. Parmi les traits positifs, le charisme et l'empathie l'emportent avec 67% des images, alors que l'intégrité est la moins habituelle. Ces résultats confirment la tendance observée pour les titres : pour le CE, le côté fort de J. Chirac est son charisme et son empathie et le plus faible son intégrité. Nous ferons une mention spéciale pour la modalité *pourvu d'autorité*, car presque une image sur deux de celles où l'on trouve des traits positifs, correspond à cet attribut. En effet, l'autorité du Président est un terrain de choix chez une bonne partie des dessinateurs. Ils s'intéressent spécialement aux rapports qu'il maintient avec son Premier Ministre, les ministres du gouvernement et d'autres acteurs politiques. Il vaut la peine de signaler que même si les affaires de corruption constituent la dernière thématique en fréquence d'apparition dans les images, le trait qui correspond à la malhonnêteté est l'un des plus importants. Ceci s'explique par la mobilisation de ce sens à travers des thématiques mixtes.

La manière de représenter Jacques Chirac reste assez traditionnelle dans l'ensemble, car il est majoritairement vêtu avec des tenues formelles de travail (costume, chemise, cravate), en train de travailler dans son bureau ou dans une salle, sérieux, avec des gestes formels et debout. Les contextes privés ou fictifs, les situations irréelles, s'écartent de la norme, enrichissant le traitement satirico-humoristique des sujets politiques et augmentant leur effet comique. Dans la moitié des images, le contexte n'est pas dessiné, ce qui nous fait penser qu'il n'est pas considéré comme un élément indispensable pour reconnaître la scène recréée ni pour passer un message. En plus, nous avons vu dans le troisième chapitre que l'une des caractéristiques des dessins de presse est la schématisation et l'économie d'éléments dans la représentation. Lors de notre entretien avec le dessinateur Pati, pour citer un cas, il a mis en avant la manière dont son style s'est progressivement dépouillé de tout ce qui n'était pas essentiel.

Les auteurs tendent à présenter J. Chirac comme quelqu'un de loquace, qui maintient davantage de monologues que de dialogues et qui écoute ou réfléchit pour soi, dans beaucoup moins de cas. Quand il parle, il a l'habitude d'affirmer ou nier quelque chose, il pose peu des questions et n'est pas représenté comme quelqu'un de très autoritaire : il donne rarement des ordres. Un pourcentage non négligeable des phrases qu'il profère sont exclamatives, ce qui nous mène à affirmer que cette modalité énonciative est très utile pour les dessinateurs, parce qu'elle leur aide à mettre l'accent sur quelque chose et notamment, à construire la chute des blagues. Attribuées au personnage étudié, les phrases exclamatives nous font penser à quelqu'un d'expansif, qui s'exprime avec effusion.

Le registre de langue sert également à construire une représentation particulière du personnage. Le faire s'exprimer avec des phrases populaires et vulgaires dans son cercle privé est non seulement un moyen servant à désacraliser son autorité, mais il sert aussi à marquer une imposture, entre l'image soignée que le chef de l'Etat cherche à transmettre à la société, et celle d'une personne qui au fond, aime communiquer comme un Français moyen. Ce trait du personnage apparaît aussi à travers l'analyse des titres du CE.

Nous avons appris que le discours satirico-humoristique des images du CE analysées a une base importante dans les figures rhétoriques. Nous avons détecté presque trois fois plus de figures linguistiques que des figures icono-plastiques. Ceci nous mène à penser que cet hebdomadaire privilégie le verbal au détriment du visuel. Les titres qui accompagnent les images et les bulles attribuées aux personnages, concentrent une bonne partie du sens figuré mobilisé. Nous testerons cette idée dans une étude spécifique sur le rapport verbal-visuel des caricatures, qui sera présentée dans le chapitre 11. Parmi les figures icono-plastiques, les métaphores créatives et les symboles sont très récurrents, les premières permettent d'associer des idées parfois très éloignées, les deuxièmes, de représenter une idée abstraite de manière synthétique. Quant aux figures linguistiques, l'ironie et ses variantes émergent comme le premier choix des dessinateurs lorsqu'il s'agit de travailler humoristiquement et satiriquement le texte des images. Ensuite, on trouve les allusions, les métaphores créatives et figées, les jeux de sens et l'hyperbole. Les langages visuel et verbal semblent se compléter, les figures icono-plastiques apportant un sens plus explicite : des métaphores *in praesentia* plutôt qu'*in absentia*, l'exagération de l'hyperbole, la conventionalité de certains symboles et la répétition des signes. A partir des analyses multivariées, nous avons identifié certains cas ponctuels où le comportement de figures rhétoriques dans les titres et dans les images est uniforme. C'est, par exemple, le cas des figures de double sens linguistique, qui interviennent simultanément avec trois ou plus de figures dans une même image. L'ironie linguistique des images, pour sa part, tend à apparaître seule alors que l'ironie icono-plastique opère avec d'autres figures dans la production de sens. Ces deux tendances ont été justement celles identifiées pour le cas des ironies des titres. Nous sommes tentée de penser que ces résultats nous fournissent de l'information à propos du comportement général des figures rhétoriques en question, enrichissant ainsi la compréhension de ces procédés si habituels dans une grande diversité des discours.

L'ensemble des analyses statistiques a rendu possible d'identifier un style caractéristique de chaque dessinateur dans la représentation qu'ils font du président Chirac. Pétillon et Lefred-Thouron sont les plus proches d'un point de vue stylistique. Avec Cabu, ce sont les seuls à faire des *strips*. Le discours satirico-humoristique des deux premiers est basé sur l'ironie et ses variantes et moins sur les analogies. Ils n'abandonnent pas la fonction de J. Chirac pour le représenter, c'est-à-dire que ce dernier est toujours dessiné en tant que Président : avec un costume, une chemise et une cravate, souvent au travail (les deux auteurs) ou chez lui (Lefred-Thouron), s'exprimant généralement avec un registre courant. Lefred-Thouron se distingue des autres dessinateurs par sa prédilection à fabriquer des situations où Jacques Chirac est avec sa femme Bernadette, qui opine sur des affaires politiques et adopte une posture sarcastique envers son mari. Dans le guide d'entretien auquel cet auteur a gentiment accepté de répondre, nous lui avons demandé de choisir une des caricatures représentatives de son travail sur Jacques Chirac. Il a choisi justement une où sa femme est représentée[299]. Par rapport à cette image, il a dit : « D'abord la présence de Bernadette, épouse, partenaire, comparse que j'ai mise en scène aussi souvent que je l'ai pu. Les pantoufles, le fauteuil. Souvent je laissais traîner un paquet de biscuits et une bouteille de bière » -on pourrait ajouter ici les petits-déjeuner à table. Quant au dialogue, l'auteur affirme :

[299] Voir *Le Grand Bêtiser* 2007-2008, page 30.

« La question de Bernadette sous-entend un vague scepticisme. La réponse de Chirac balaie l'équivoque, en même temps qu'elle donne une indication sur son effroyable cynisme dont Bernadette est d'ailleurs complice »[300].

Cabu est le dessinateur le plus riche du journal en ce qui concerne les procédés mis en place : les métaphores créatives visuelles et verbales lui sont essentielles pour construire des situations fictives. Plus d'une de ses images sur deux présentent des références culturelles étrangères aux faits d'actualités et il se détache des autres dessinateurs par le caractère mixte de ces références (linguistiques et icono-plastiques). Ces informations nous incitent à affirmer que Cabu tire grand profit des potentialités des deux langages propres de la caricature politique.

Kerleroux, pour sa part, construit des situations sans que le décor soit dessiné, où J. Chirac parle seul ou réfléchit. Certains de ses dessins montrent un Président qui, souriant, aime se vanter des choses qu'il juge avoir bien fait. Cardon est le dessinateur qui, comparativement, a le moins dessiné le Président, et se distingue des autres par le fait de ne jamais faire le portrait des visages des hommes et des femmes politiques. Parmi les défauts attribués à J. Chirac, il souligne les promesses non tenues. Les caricatures qu'Escaro fait de l'homme politique en question présentent peu de variations : ses gestes sont formels, il est sérieux et debout, et le décor est rarement dessiné. L'humour de cet auteur est plus centré sur le langage verbal, notamment sur les jeux de mots et de double sens. Il s'appuie avec fréquence sur des expressions familières et figées ainsi que des références médiatiques pour produire du sens.

En somme, le choix que le CE a fait des dessinateurs est très riche : non seulement leurs styles sont divers, en présentant des différences quantitatives dans l'utilisation des procédés disponibles, mais ils mettent l'accent sur des aspects différents. Néanmoins, il faut dire que les différences des points de vue sont subtiles. La vision générale que les dessinateurs portent sur le Président à travers des images publiées, est assez homogène. Nous croyons que cela a un rapport important avec la procédure du journal pour publier les images. Sur environ 130 dessins que les dessinateurs proposent les lundis, seulement une trentaine sont retenus. Parmi les raisons qui mènent à rejeter un dessin, Jacques Lamalle -ancien secrétaire général du CE et responsable de manière conjointe avec le directeur et les rédacteurs en chef, du choix de dessins pendant une trentaine d'années- est catégorique : « Un dessin mal traité, hors sujet, on l'élimine ». Plusieurs sont les membres du CE qui ont parlé du besoin de travailler avec des faits avérés. « Il faut qu'on ait un point de vue, à mon avis, assez juste sur la situation », affirme Pétillon. Trois ou quatre personnes se chargent de choisir les images qui seront publiées, écartant celles qui ne sont pas drôles, celles qui sont difficiles à comprendre ou qui contredisent l'information que les journalistes ont sur les faits d'actualité. Ce système de travail octroie une cohérence importante à la vision de différents créateurs. Ainsi, loin de se contredire, les caricatures et *strips* se complètent les uns aux autres.

Le style du journal oscille entre la cohérence dans la construction de l'image médiatique et donc l'existence d'une récurrence dans le traitement satirique, et les particularités propres de chaque dessinateur qui vont privilégier certains sujets, certains traits. Le journal échappe à une redondance lassante grâce à une diversité liée au contexte mais aussi

[300] Entretien réalisé à partir d'un guide d'entretien envoyé par courrier électronique.

à une énorme richesse des procédés mis en interaction. **Diversité pour lutter contre la redondance**, telle semble être l'un des points forts du journal. Cette diversité s'obtient non seulement entre des numéros différents de l'hebdomadaire, mais à l'intérieur d'un même numéro.

L'analyse globale a mis en lumière le fait que de nombreuses dimensions de contenu et de forme sont liées entre elles, de manière que certaines formes de représentation du personnage sont privilégiées dans des contextes politiques singuliers, afin de produire des sens spécifiques. Cette macro analyse nous a permis de détecter deux groupes caractéristiques parmi les procédés des dessinateurs : ceux qui portent sur le style propre de l'auteur et qui sont plus atemporels, et ceux qui varient en fonction du contexte politique et, même s'ils obéissent à un choix personnel de représentation, restent plus particuliers.

Chapitre 9 :

Analyse des titres de *Sátira/12*

Dans ce chapitre, nous nous occuperons des titres qui font référence directe ou indirecte au président Carlos Menem dans l'hebdomadaire S/12 pendant les deux périodes considérées : le début de son premier mandat, la campagne de réélection et le début de son deuxième mandat. Ce corpus, que nous appelons d'application puisqu'il s'agit justement d'appliquer le système catégoriel conçu initialement pour le CE (le corpus de référence) afin de tester son adaptabilité et opérativité à d'autre corpus, est constitué de 36 titres.

Les fréquences d'apparition de chaque catégorie d'analyse sont trop basses pour réaliser des analyses statistiques multivariées (Analyse Factorielle de Correspondances et Analyse de Classification Hiérarchique Ascendante). Nous nous limiterons à présenter leur distribution à partir d'une approche comparative avec le corpus de référence. Pour certaines dimensions d'analyse, nous appliquerons des tests statistiques déjà utilisés, à savoir : le test χ^2 et le calcul de l'écart résiduel standardisé, qui nous permettront de savoir s'il existe des différences significatives entre les deux corpus. Ces procédures seront présentées dans la section 9.1. La section 9.2. sera consacrée à extraire des conclusions des résultats obtenus.

9.1 Distribution des titres selon les dimensions de caractérisation, contenu et forme

Comme nous l'avons mentionné plus haut, nous présenterons les résultats de l'analyse des titres de S/12 en comparant les fréquences relatives avec celles du CE. Puisque le corpus des titres du journal français comprend quatre périodes au lieu de deux comme c'est le cas de S/12, nous considérerons seulement les chiffres correspondant aux deux périodes qui sont en commun entre les deux journaux, à savoir : le début du premier mandat présidentiel, la campagne de réélection et le début du deuxième mandat présidentiel. L'échantillon du CE est ainsi constitué de 159 titres.

Nous respecterons l'ordre des deux chapitres précédents pour la présentation des résultats de chaque dimension. Nous commencerons donc par les dimensions de caractérisation, nous continuerons avec celles de contenu, et nous finirons avec les dimensions de forme.

Avant de détailler leur distribution, nous aiderons le lecteur à se retrouver dans le schéma des dimensions et catégories d'analyse. Il y a deux grands groupes : d'un côté, celles qui sont composées de modalités mutuellement exclusives de sorte que chaque titre est classé

dans une seule catégorie (personnages, thématiques abordées, rapports entre les personnages, registre de langue et références culturelles) ; et d'un autre côté, celles composées des catégories non mutuellement exclusives, c'est-à-dire qu'un seul titre peut être classé dans deux ou plus de catégories à l'intérieur d'une même dimension d'analyse (traits de caractère et figures rhétoriques). Or, il faut également distinguer les dimensions qui sont présentes dans tous les titres, de celles qui ne le sont pas forcément. Parmi ces dernières, il faut citer les cas des rapports entre les personnages, des traits de caractère, des figures rhétoriques et des références culturelles (voir le Tableau 5.3.). C'est pour cette raison que quand N (nombre total d'individus) ne correspond pas aux 36 titres analysés, nous les préciserons dans les graphiques. C'est le cas, par exemple, des rapports entre les personnages auxquels on fait référence dans les titres. Si un titre ne porte que sur le Président, la catégorie que nous marquerons dans cette dimension sera l'absence de rapport.

La Figure 9.1. rend compte du nombre de titres effectivement décrits par ces dimensions plus ponctuelles. Notons qu'il y a presque le même nombre de cas où il n'y a pas de figures rhétoriques ni de traits de caractère. La dimension portant sur les références culturelles est la moins présente dans les titres. Ceci peut en partie s'expliquer par le fait qu'elles sont beaucoup plus secondaires du moment où elles actualisent des compétences qui dépassent l'univers du fait de l'actualité abordé. L'ordre dans la distribution des dimensions coïncide avec celui observé pour les titres du CE (voir la Figure 7.1.).

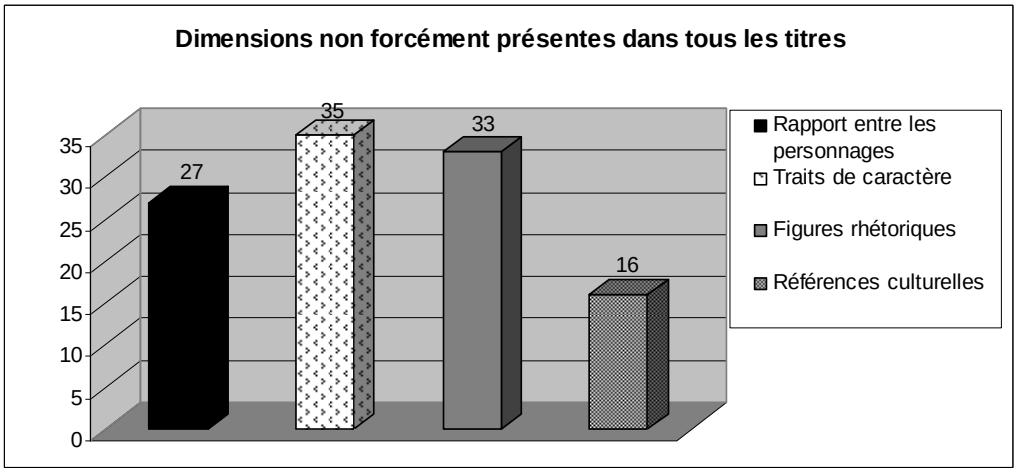


Figure 9.1. Dimensions non forcément présentes dans la totalité des 36 titres considérés. Pour les cas où il y a plus d'une catégorie (à l'intérieur d'une dimension) par titre, nous avons comptabilisé la présence ou l'absence de la dimension.

9.1.1 Dimensions de caractérisation

9.1.1.1 La période

La distribution des 36 titres qui constituent notre corpus d'application est très équilibrée, puisque 17 correspondent à la période de 1989 et 19 à la période de 1995. Le nombre d'exemplaires considérés pour la première période est de treize et pour la deuxième, de douze.

9.1.1.2 Le type de titre

La Figure 9.2. montre une différence importante entre S/12 et le CE en ce qui concerne les titres qui portent sur les présidents étudiés. 83% des titres du journal argentin se situent à la Une : 14% sont des gros titres, 61% sont des appels de Une –des titres qui accomplissent la fonction de renvoyer à des pages internes-, et 8% sont des titres qui correspondent à des articles publiés dans la première page. Les titres de la Une et la Fausse Une dans le CE réunissent 60% des cas. Nous n'avons identifié ni des oreilles ni des échos parmi les titres de S/12. Les appels de Une sont, de loin, les plus importants en nombre. Ils assument une fonction particulière dans le discours satirico-humoristique de S/12, sur laquelle nous reviendrons dans le chapitre 11.

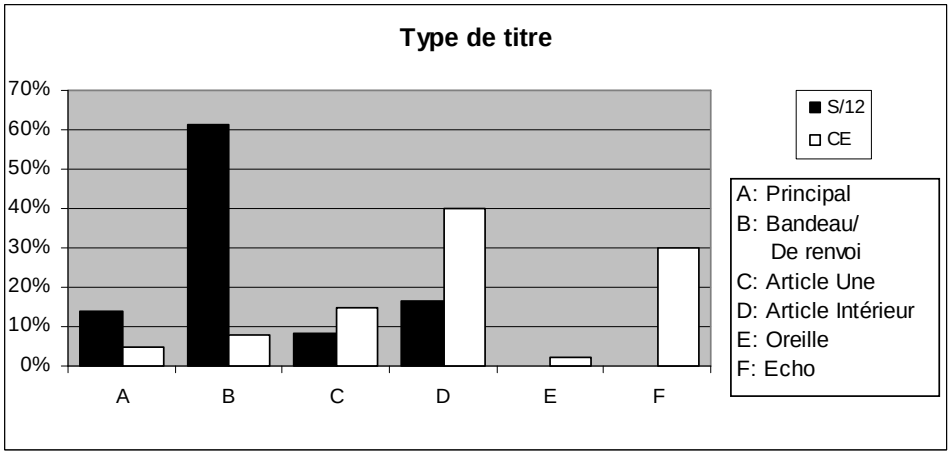


Figure 9.2. Type de titres qui constituent les deux corpus comparés.

9.1.2 Dimensions qui correspondent au niveau du contenu

9.1.2.1 Les personnages

En ce qui concerne les acteurs politiques et non politiques auxquels font référence les titres (voir la Figure 9.3.), la plupart renvoient au président Menem et aux citoyens (36%); à C. Menem seul ou avec ses partisans politiques (19% respectivement); avec des gouvernants ou des acteurs politiques ou économiques étrangers (11%); avec des adversaires politiques (3%); avec la famille (3%); ou avec d'autres personnages (8%).

Cet échantillon, contrasté avec celui du CE, présente quelques différences considérables : il existe une sur-représentation des titres qui portent sur Jacques Chirac seul, d'un côté, et ceux qui portent sur Carlos Menem avec des citoyens, de l'autre. Pour les titres de S/12, on voit qu'il y a plus de titres qui renvoient au chef de l'Etat avec des acteurs non politiques qu'avec des acteurs politiques, ce qui, d'une certaine façon, rend compte d'un positionnement des auteurs satirico-humoristiques de privilégier la communication politique du Président envers la société. Ceci peut contribuer à la construction d'une image particulière du personnage, en rapport avec sa haute exposition médiatique. Il est important de signaler qu'aucun des titres ne fait référence au Président avec son Vice-Président, le deuxième responsable de l'exécutif, comme ce serait en France le Premier ministre.

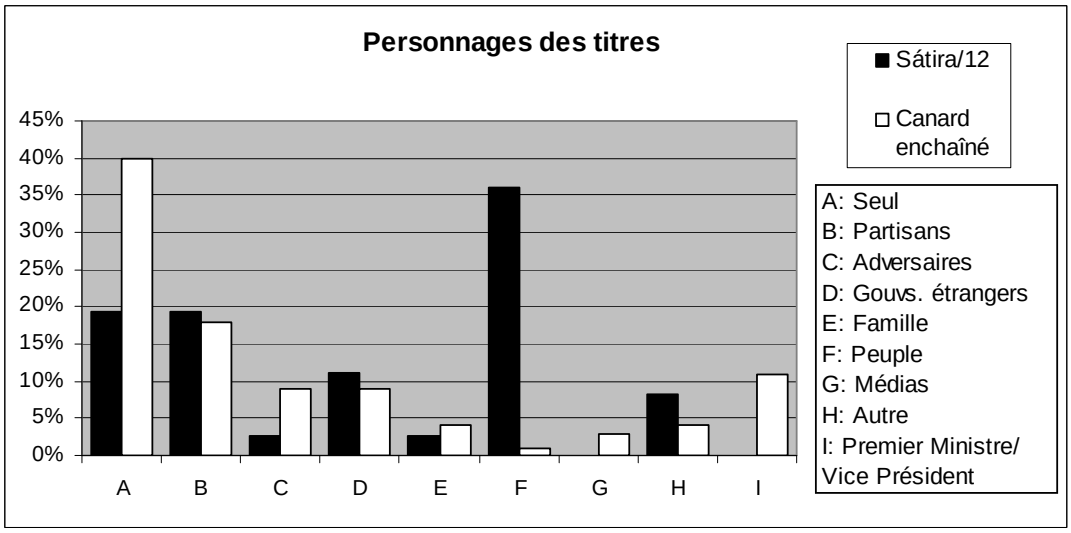


Figure 9.3. Personnages auxquels font références les titres qui constituent les deux corpus de S/12 et du CE comparés.

9.1.2.2 Les thématiques abordées

Si l'on s'intéresse aux thématiques traitées dans les titres de S/12, la Figure 9.4. montre que les actions gouvernementales en matière de politique intérieure ainsi que les actions diplomatiques qui concernent les relations entre l'Argentine et d'autres pays, réunissent 19% des cas respectivement. Ensuite on trouve les titres qui traitent diverses facettes des élections nationales (17%); des actions relatives a la communication politique, les relations publiques et l'opinion publique liées au Président (14%); l'utilisation controversée du pouvoir de la part du chef de l'Etat (11%); les thématiques mixtes (11%); des cas de corruption (6%) et d'autres thématiques (3%).

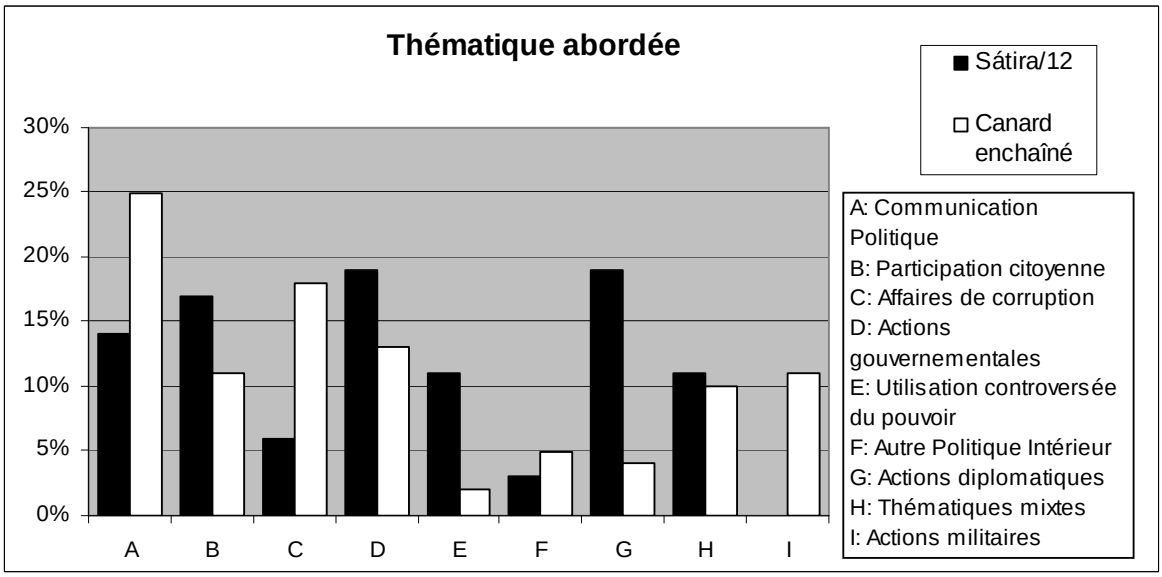


Figure 9.4. Thématiques auxquelles font références les titres qui constituent les deux corpus de S/12 et du CE comparés.

Les sujets traités répondent naturellement au contexte historique sélectionné, mais dans le cas des thématiques mixtes, il faut considérer que l'association des sujets qui

n'entretiennent, *a piori*, aucun rapport, sont habituellement utilisés comme un recours du comique. Nous y reviendrons dans le chapitre 12.

Les corpus d'application et de référence présentent des différences importantes, avec l'absence de sujets qui portent sur des actions militaires, et une plus grande présence des titres qui font référence à l'utilisation controversée du pouvoir ainsi qu'aux actions diplomatiques, dans le journal argentin. Dans ce dernier cas, il faut mentionner un voyage que le président Menem a fait aux Etats-Unis pour attirer des investisseurs au début de son premier mandat, et qui a été largement couvert par le journal satirique argentin. Les affaires de corruption sont beaucoup moins traitées dans S/12 que dans le CE et pourtant, Carlos Menem a été soupçonné d'enrichissement illicite (voir la section 6.4.). Il est important de signaler que S/12 à une tendance à consacrer l'hebdomadaire à un sujet prédominant par semaine, de manière à traiter dans ses pages différents aspects de celui-ci.

9.1.2.3 Les rapports des personnages

La tendance observée entre les deux corpus est similaire. En ce qui concerne le corpus d'application, 39% des titres construisent un rapport de collaboration entre Carlos Menem et d'autres personnages, contre 17% où ce rapport est d'antagonisme. Les auteurs satiriques ont donc une prédilection pour représenter le Président avec des collaborateurs. Les 44% restant correspondent aux cas où le rapport est neutre ou absent.

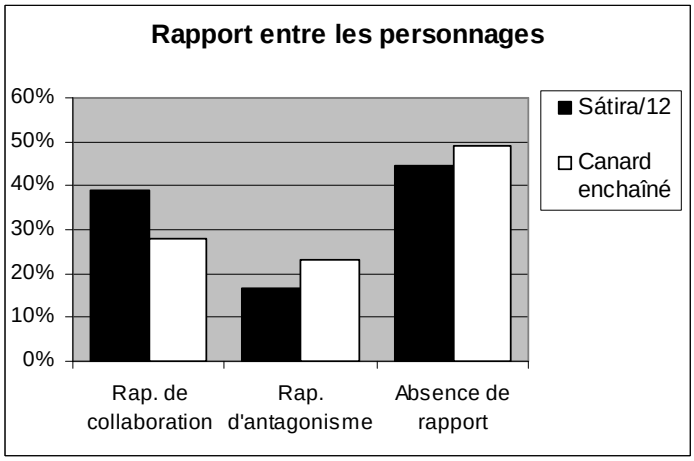


Figure 9.5. Rapport construit entre les personnages auquel on fait référence dans les titres qui constituent les deux corpus de S/12 et du CE comparés.

9.1.2.4 Les traits de caractère du personnage

La dimension qui se réfère au nombre de traits détectés dans chaque titre présente des différences statistiquement significatives entre les deux corpus ($p<0.0001$), perceptibles déjà dans le graphique de la Figure 9.6. Nous observons une plus grande richesse de traits par titre dans S/12 : 36% des titres présentent un seul trait contre 63% pour le CE, 36% présentent deux traits contre 18% pour le CE, 25% présentent au moins trois traits contre 3% pour le corpus de référence. Dans seulement 3% des titres, nous n'avons pas identifié de traits, contre 16% pour le CE. Il existe donc une densité plus importante de traits dans le corpus d'application.

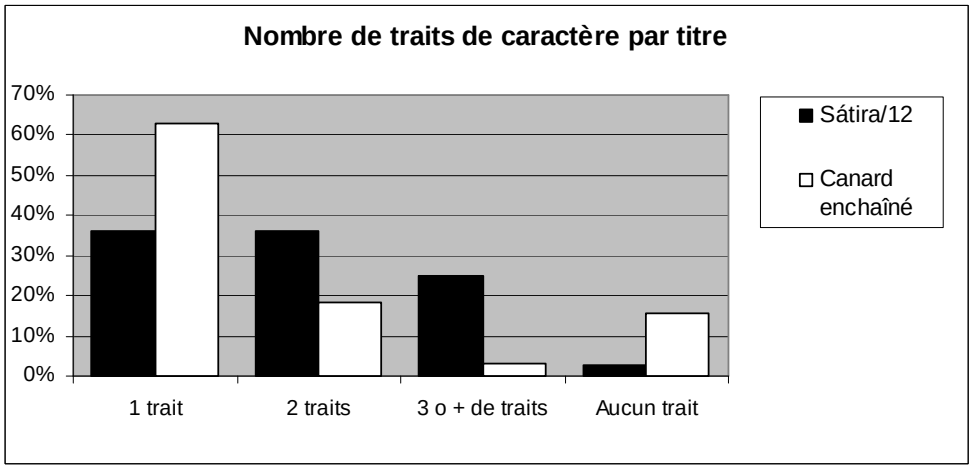


Figure 9.6. Nombre de traits de caractère identifiés par titre, dans les deux corpus de S/12 et du CE comparés.

En ce qui concerne le nombre et type de traits détectés, la tendance observée pour les titres du CE se répète avec le corpus de titres de S/12 : les traits de caractère négatifs sont plus nombreux et variés que les traits positifs (71 contre 9). Le Tableau 9.1. signale les catégories de traits qui ont été identifiées dans les titres du corpus d'application et du corpus de référence. Alors que toute la variété des traits négatifs y est présente dans les deux journaux, seulement trois catégories de traits positifs ont été détectées dans le corpus argentin, contre huit dans l'hebdomadaire français.

Sous-dimensions des traits de personnalité	Catégories	Présence de traits Négatifs		Présence de traits positifs	
		S/12	CE	S/12	CE
Compétence	- Formation et Intelligence	X	X		X
	- Efficacité	X	X	X	X
Intégrité	- Modestie	X	X		
	- Morale	X	X		
	- Sincérité	X	X		
Fiabilité	- Stabilité émotionnelle et rationalité	X	X		X
	- Capacité de décision	X	X		X
	- Loyauté	X	X		X
	- Responsabilité	X	X		
Charisme et Empathie	- Attributs physiques	X	X		
	- Aptitudes communicationnelles	X	X		X
	- Autorité	X	X	X	X
	- Aptitudes empathiques	X	X		
	- Popularité	X	X	X	X

Tableau 9.1. La dimension de traits de caractère dans les deux corpus, présentée en fonction de ses sous-dimensions et catégories d'analyse.

Toutes les sous-dimensions de traits négatifs sont présentes dans les titres de S/12 (voir la Figure 9.7.) et présentent une distribution un peu plus équilibrée que celle du CE. La Fiabilité est à la tête avec 32% des cas ; ensuite on trouve le Charisme et l'empathie avec 27%

et puis l'Intégrité avec 25% des titres. La Compétence atteint 15% des cas. Carlos Menem est avant tout un homme politique non crédible pour les auteurs de S/12.

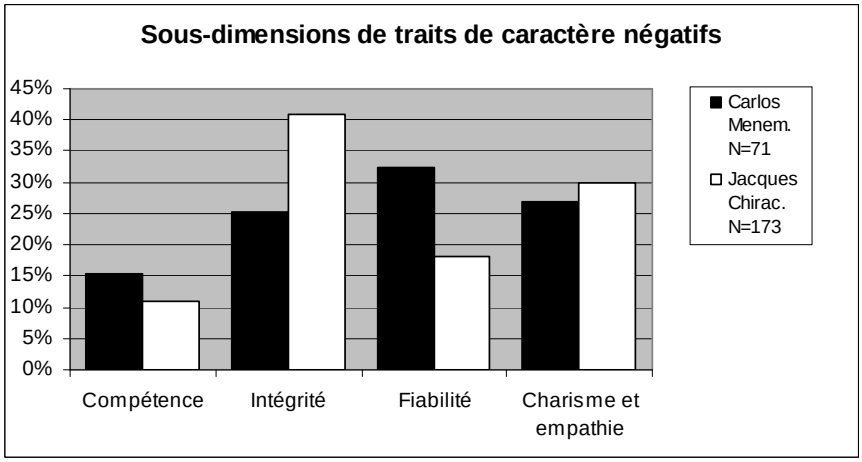


Figure 9.7. Distribution des traits de caractère négatifs détectés dans les corpus des titres de S/12 et le CE, selon les quatre sous-dimensions considérées.

Regardons de plus près quels sont les traits les plus et les moins critiqués (voir la Figure **9.8**.). Le trait le plus critiqué est la frivolité et le manque de sérieux, avec 18% des cas, une catégorie qui appartient à la Fiabilité. Le côté menteur et hypocrite ainsi qu'autoritaire réunissent 11% des titres (la première catégorie correspond à la Compétence, la deuxième au Charisme et à l'Empathie); le fait qu'il tourne la politique en un spectacle 10% (Charisme et Empathie), le manque de lucidité (Compétence) et l'instabilité et irrationalité (Fiabilité), 8% respectivement. L'inefficacité (Compétence) atteint 7% des titres et l'ambition de pouvoir (Intégrité), 6%. Le reste des catégories se situent au-dessous du 3%.

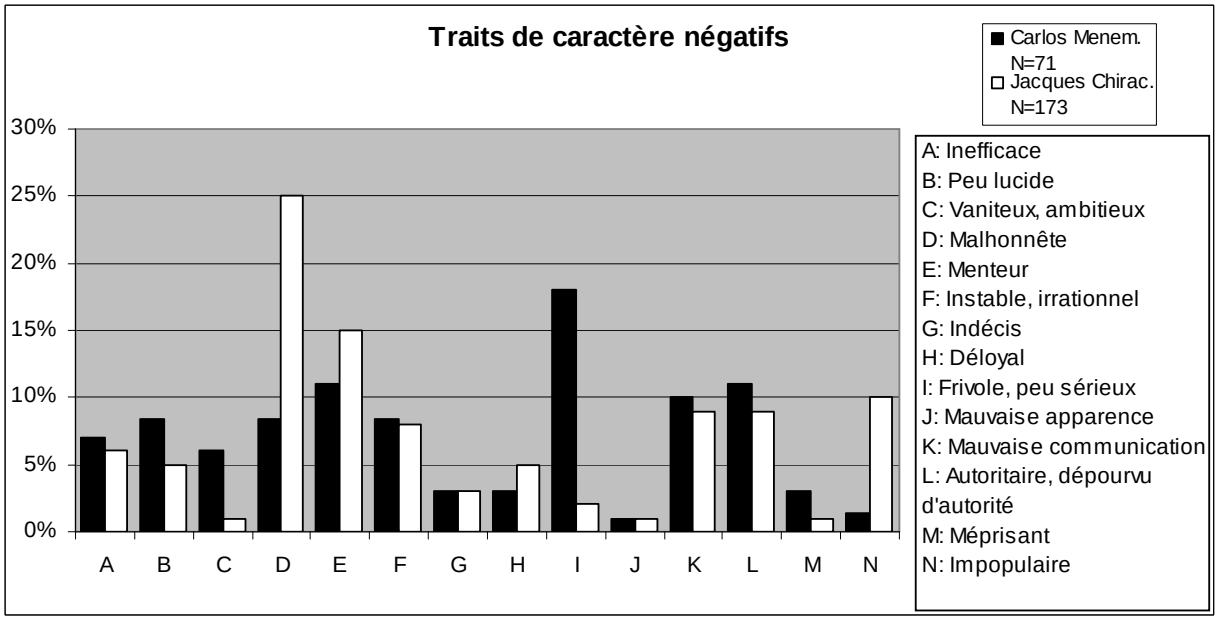


Figure 9.8. Distribution des traits de caractère négatifs identifiés dans les titres qui constituent nos corpus de S/12 et le CE.

Au fur et à mesure que se déroulait le gouvernement de Carlos Menem, certains des traits de personnalité attribués au personnage qui circulaient dans l'opinion publique se sont cristallisés. Plusieurs d'entre eux sont déjà reconnus dans S/12 au début de son premier mandat : la caractérisation de l'homme politique comme frivole, comme quelqu'un qui fait un spectacle de l'exercice politique, quelqu'un qui fait des maladresses verbales.

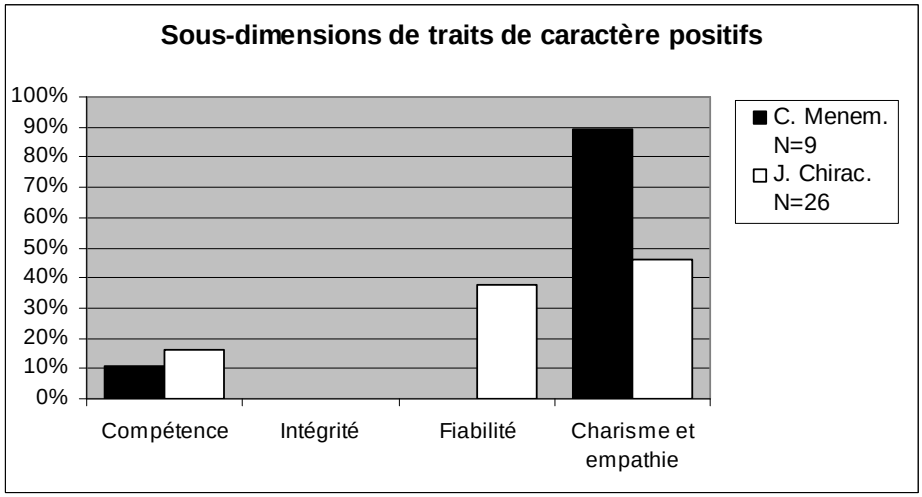


Figure 9.9. Distribution des traits de caractère positifs détectés dans les corpus des titres de S/12 et le CE, selon les quatre sous-dimensions considérées.

Quant aux traits de personnalité positifs, 11% correspondent à la Compétence et 89% au Charisme et à l'empathie (voir la Figure 9.9.). Ni l'Intégrité ni la Fiabilité ne réunissent des traits positifs, alors que dans le CE, la Fiabilité est la deuxième sous-dimension en importance. Comme nous l'avons dit auparavant, il y a seulement trois catégories représentées (voir la Figure 9.10.): l'efficacité et le fait d'être pourvu d'autorité (11% chacune) et la popularité (78%). Ceci est dû au fait d'avoir gagné les élections deux fois : Carlos Menem est un gagnant, il est pourvu d'autorité et il est populaire.

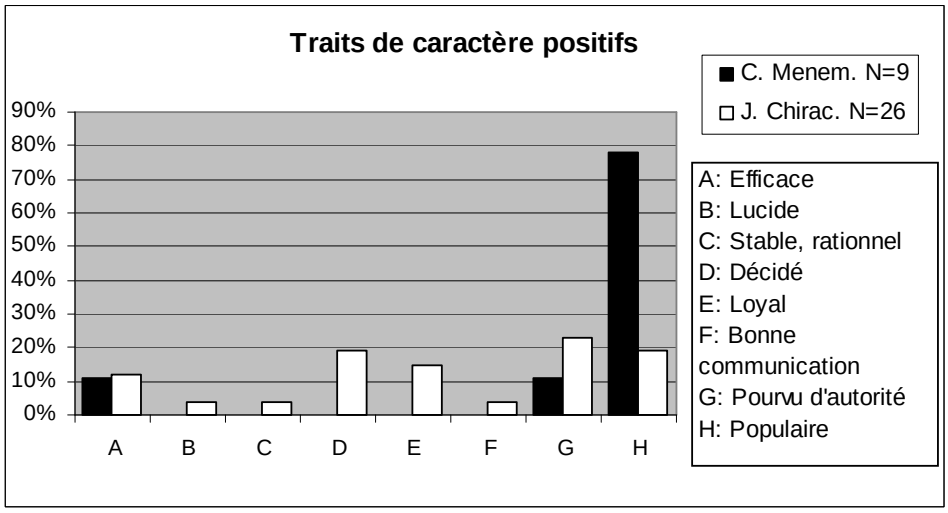


Figure 9.10. Distribution des traits de caractère positifs identifiés dans les titres qui constituent nos corpus de S/12 et le CE.

9.1.3 Dimensions qui correspondent au niveau de la forme

9.1.3.1 Registre de langue

Comme nous l'avons déjà évoqué, l'étude du registre de langue utilisé dans les titres fournit des informations par rapport au style du journal et à la relation instaurée avec le lecteur, parmi d'autres aspects. L'élection d'un registre particulier varie selon la situation de communication (les interlocuteurs, le type de message, l'intention communicative, le contexte, etc.). Comme nous avons vu dans quelques cas pour le personnage Chirac du CE, l'une des caractéristiques de la presse satirique est le fait de faire recours au langage familier, populaire ou vulgaire afin d'instaurer une rupture dans des situations dans lesquelles leur usage ne se correspond pas avec les normes sociales. La Figure 9.11. met en évidence le fait que les auteurs de S/12 n'ont pas l'habitude de se servir de cette technique dans les titres pour produire un effet comique, étant donné que le registre courant réunit 89% des cas. Quant au registre familier, celui-ci comprend 8% des titres et le registre populaire ou vulgaire, 3%. La distribution de cette dimension est très proche dans les deux corpus.

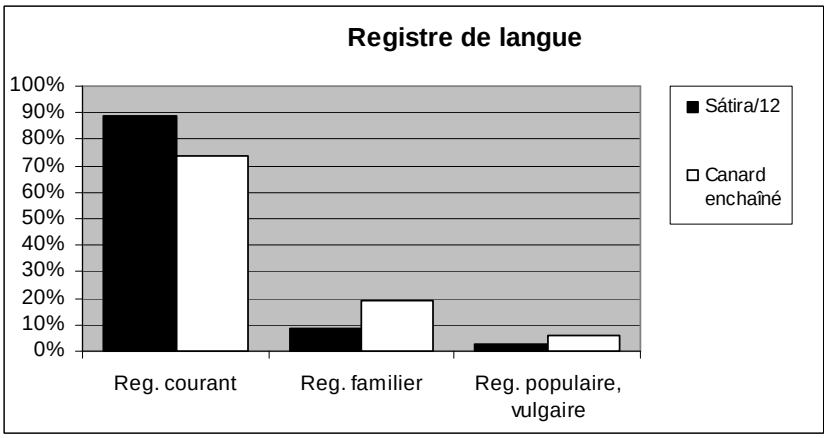


Figure 9.11. Registre de langue identifié dans les titres analysés de S/12 et le CE.

9.1.3.2 Les figures rhétoriques

En ce qui concerne la dimension qui correspond au nombre de figures rhétoriques identifiées dans chaque titre, il y a une plus grande combinaison de figures dans le corpus argentin (voir la Figure 9.12.) : les combinaison de deux ou plus de figures totalisent 75% des titres dans S/12 : dans 33% des cas il y a deux figures, dans 36% ; trois figures, et dans 6%, quatre ou plus de figures, contre 25% des cas où il y a une seule figure. Comme pour les traits de caractère, on constate une plus grande combinaison de procédés dans le journal argentin que dans le journal français.

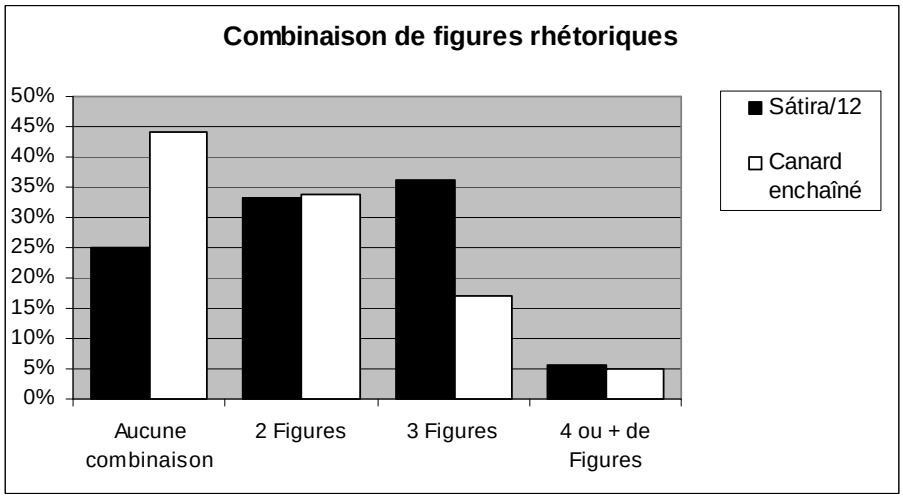


Figure 9.12. Combinaison de figures rhétoriques différentes par titre, pour les corpus de S/12 et le CE comparés.

Parmi les 36 titres analysés, nous avons détecté la présence de 90 figures rhétoriques différentes, y compris les cas dans lesquels des figures appartenant au même groupe apparaissent plus d'une fois dans un titre ainsi que les cas où il y a répétition d'une même figure. Ceci veut dire qu'il y a une moyenne de 2,5 figures par titre. En effet, nous avons vu que ¾ des titres présentent de deux à quatre figures chacun. Ces valeurs mettent en évidence que ce type de procédé est d'une grande utilité pour les auteurs satiriques quand il s'agit d'intituler un écho, un billet un article, que ce soit pour critiquer, dénoncer, amuser, faire réfléchir et persuader. Si nous nous limitons à comptabiliser une seule fois par titre la présence des figures d'un même type selon les huit groupes conformés, le total est de 81 figures, ce qui veut dire que les cas de répétition que nous venons de signaler ne sont pas très importants.

En ce qui concerne le type de figures rhétoriques utilisées par les auteurs des deux journaux, on constate certaines différences considérables : aucune métaphore figée n'a été détectée dans S/12, et les figures de mots, les métaphores créatives et les figures de sens sont plus nombreuses dans le CE. Les figures de construction, l'ironie et ses variantes et les figures de pensée sont plus récurrentes dans l'hebdomadaire argentin (voir la Figure 9.13.). De la grande variété de figures rhétoriques considérées dans notre classification originale, présentée dans la section 5.3.6.2., il n'y a qu'une dizaine qui a été détectée dans au moins 2% des titres de S/12 (voir la Figure 9.14.), les titres du CE étant bien plus riches d'un pont de vue stylistique. De fait, trois figures seulement réunissent le 63% des titres du journal argentin :

l'allusion, l'ellipse et l'ironie, avec l'antiphrase. Ceci veut dire que la plupart des procédés comiques mobilisés dans l'hebdomadaire répondent à quelques peu de mécanismes.

Du total de figures détectées, 57% sont des figures de pensée –selon la classification traditionnel- ou des figures macrostructurales, d'après la division effectuée par Georges Molinié (1992, 1993), toutes les deux présentées dans la section 4.4.2.. C'est-à-dire que l'on fait appel avec une plus grande fréquence à des procédés discursifs qui incorporent de manière très récurrente d'éléments extra-textuels. Ce sont des techniques plus englobantes, qui exigent l'actualisation de diverses compétences culturelles de la part du lecteur. C'est le cas de l'allusion, l'ironie, le paradoxe, la substitution, le sarcasme et l'hyperbole.

C'est assez étonnant de retrouver le paradoxe comme l'une des dix figures les plus habituelles dans S/12. Cette figure ne réunit que 1% des cas dans les titres du CE. Le paradoxe va à l'encontre de l'opinion commune, elle met en doute ce qui est accepté. Un exemple est le titre du 27 mai 1995 : « *CGT. Dura interna entre los gremios más menemistas y los mucho más menemistas*» (« CGT. Dure dispute interne entre les syndicats les plus ménémistes et les encore plus ménémistes »). En plus d'une répétition hyperbolique « entre les plus ménémistes et les encore plus ménémistes », c'est paradoxal le fait de parler d'une « dure dispute » alors que tous les individus appartiennent à la même ligne politique. A partir de ce titre, on présente Carlos Menem comme un homme politique populaire et pourvu d'autorité.

L'ellipse (22%), parmi les figures de construction, est la deuxième figure rhétorique la plus récurrente, après l'ironie et l'antiphrase (23%). Ce résultat ne nous surprend pas beaucoup car c'est une caractéristique propre des titres –satiriques et non satiriques- le fait d'omettre d'éléments grammaticaux dans une phrase afin d'être plus synthétiques et concis. Dans notre corpus, cette figure apparaît particulièrement dans la première phrase des appels de Une. Ce type de titres fonctionnent généralement comme un surtitre servant à présenter le sujet d'actualité traité.

C'est curieux le faible pourcentage atteint par les métaphores créatives (4%), alors que c'est fréquemment considéré comme le trope majeur. Dans la presse satirique, la métaphore est souvent utilisée pour établir des analogies entre des thématiques non directement en rapport, ce qui peut se limiter à une finalité ludique mais aussi à une fin argumentative. Nous n'avons pas identifié de métaphores figées ou lexicalisées, ce qui met en évidence le manque d'utilisation d'expressions figées et familières, qui en échange, elles sont bien caractéristiques de la Une du quotidien *Página/12* (Pedrazzini, 2004) dont il appartient.

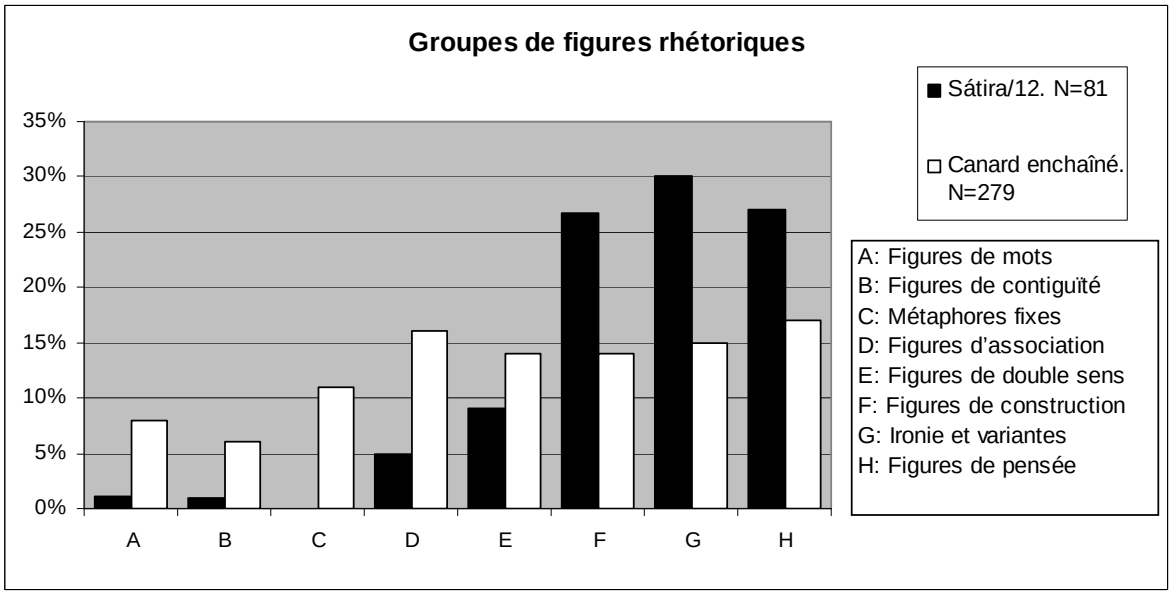


Figure 9.13. Distribution des figures différentes identifiées dans les titres analysés de S/12 et le CE, présentées par leur groupe d'appartenance. Dans les cas où des figures appartenant au même groupe ont été détectées dans un même titre, elles n'ont été comptabilisées qu'une seule fois.

Du groupe des figures de double sens, la syllepse a été détectée dans 6% des titres, et les jeux de mots ne réunissent que 1% des cas. Ceci met en lumière le fait que les auteurs de S/12 n'ont pas l'habitude d'opter pour la polysémie du langage et plus génériquement, qu'ils jouent peu avec le niveau sémantique des mots pour engendrer un effet risible. Quant aux figures de mots, nous n'avons détecté qu'un seul cas d'homeotéleuton, qui combine dans une phrase, des mots ayant la même terminaison sonore, de façon à produire une rime.

Pour citer davantage d'exemples d'utilisation de figures rhétoriques, voici le titre du 7 octobre 1989 : « *Vuelve Batman. Se desmintió que Menem participe de un capítulo a beneficio de los niños pobres* » (« Batman est de retour. On a démenti que Menem participe à un épisode au bénéfice des enfants pauvres »). S/12 combine la sortie d'un film avec la référence implicite au premier discours de C. Menem en tant que Président (thématique mixte), où il a dit: « *Voy a gobernar para los niños pobres que tienen hambre y los niños ricos que tienen tristeza* » (« Je vais gouverner pour les enfants pauvres qui ont faim et pour les enfants riches qui sont tristes »). Le titre est ironique car on présente des paroles de son discours dans un contexte tout à fait différent qui sert à le ridiculiser et à le disqualifier.

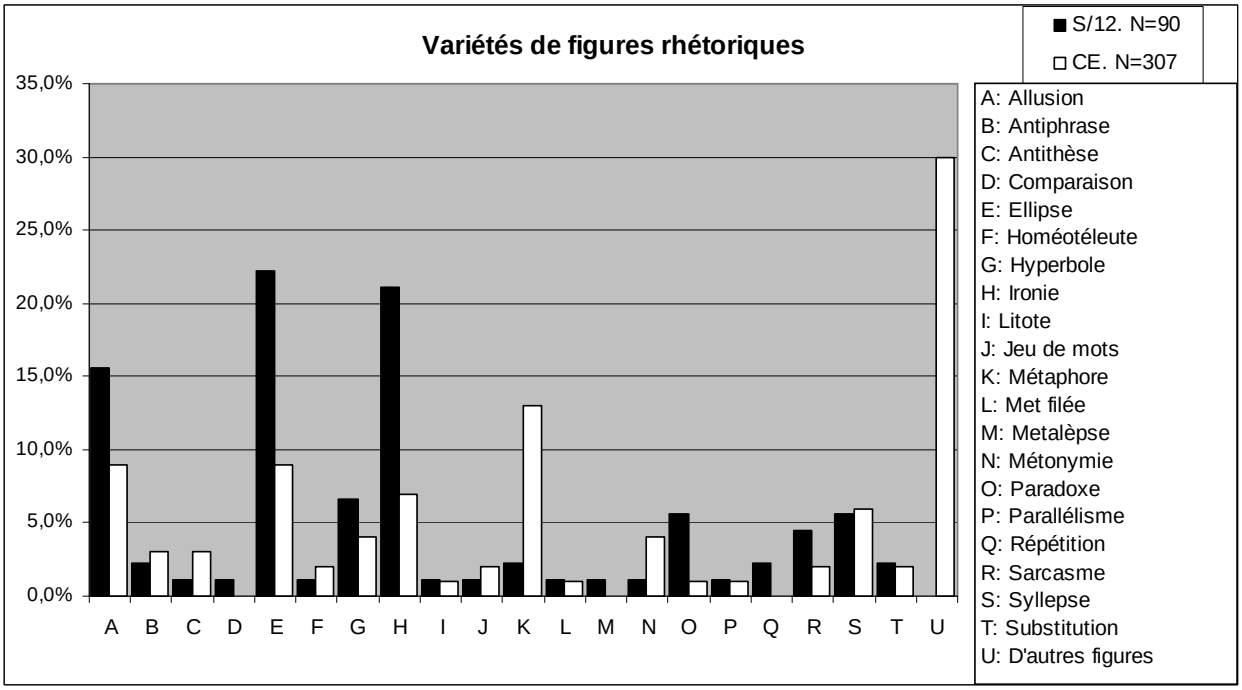


Figure 9.14. Variété des figures les plus récurrentes dans le corpus de titres de S/12 et le CE, en considérant les cas de répétition d'une même figure par titre ou la présence de plus d'une figure du même groupe dans un titre.

Un titre qui est riche en combinaison de figures est celui du 9 septembre 1989 : « *Menem en Medio Oriente. "El próximo Gran Premio que corra va a ser el Nobel"* » (« Menem au Moyen Orient. "Le prochain Grand Prix que je vais courir ce sera le Nobel" »). En ce qui concerne le surtitre qui situe le fait de l'actualité, il est elliptique car il n'a pas de verbe. A partir de la deuxième phrase, l'auteur satirique prend de la distance par rapport à ce qu'il fait dire au Président afin de le disqualifier en se servant d'une ironie. On fait également allusion au passé de Carlos Menem en tant qu'automobiliste et on joue avec le sens propre et figuré de « Grand Prix » (syllepse). La fausse citation attribuée au personnage est construite sur la base d'une métaphore filée car on associe sa visite au Moyen Orient et son intention d'intercéder dans le conflit israélo-palestinien au fait de courir un Grand Prix. Si nous nous centrions sur les traits de caractère associés au personnage, les traits qui nous semblent les plus représentatifs sont la mégalomanie et le fait de tourner la politique en un spectacle.

9.1.3.3 Les références culturelles

Presque la moitié des titres de S/12 mobilise un bagage culturel qui ne maintient, *a priori*, aucun rapport direct avec les faits d'actualité. L'identification des cas où deux références différentes opèrent dans un même titre nous a conduit à créer la catégorie *mixte*, ce qui établit une différence importante par rapport au corpus du CE, dans lequel seulement sept cas sur 234 titres pourraient être classés dans cette catégorie.

Les thèmes des références présentent certaines similarités entre les deux corpus (voir la Figure 9.15.). A la tête (25% pour S/12 et 38% pour le CE), on trouve les renvois aux expressions langagières et aux termes dans d'autres langues (anglais et portugais), comme c'est le titre « *Follow me* », publié le 30 septembre 1989, lors d'une visite du président Menem aux Etats-Unis. Le titre est ironique car il fait allusion au slogan de la campagne de

Menem « *Síganme* » (Suivez-moi) et de par ce fait, aux essais sans doute peu viables d'obtenir l'adhésion des gouvernants et des investisseurs états-uniens à partir d'une adaptation directe de son discours de campagne (!).

Après les expressions langagières, on trouve les références géographiques, historiques et institutionnelles (19% pour S/12 et 18% pour le CE). Les références médiatiques atteignent 13% des titres dans les deux journaux et celles relatives aux symboles et traditions représentent 6% des cas pour S/12 et 9% pour le CE. Les renvois aux jeux et sports sont plus élevés dans S/12 (19% contre 9%). Un exemple de cette catégorie est le titre également ironique, du 2 septembre 1989 : *« Nuevo equipo de básquet. Los Menemtrotters »* (Nouvelle équipe de basketball. Les Menemtrotters), qui fait allusion à l'équipe mondialement connu *The Globestrotters*. S/12 se moque de la participation du Président dans un match de football à des fins caritatives, dans lequel il a joué avec Diego Maradona. Il faut finalement dire qu'aucun titre ne véhicule des références artistiques ni philosophiques, alors que dans le CE, elles représentent 14% des cas.

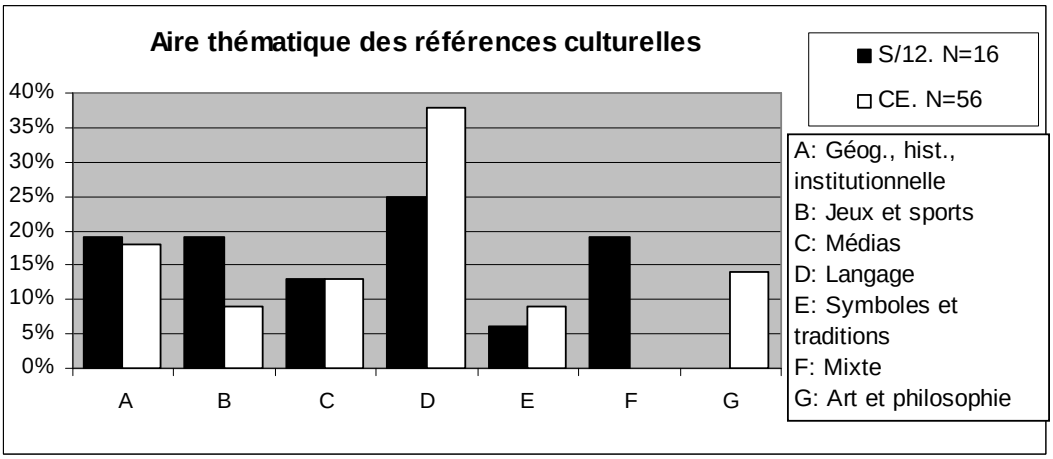


Figure 9.15. Domaines traités dans les références culturelles des titres de S/12 et le CE.

Nous avons adapté la dimension qui porte sur l'échelle des références culturelles car la catégorie *européenne* est devenue *ibéro-américaine* et la catégorie *non européenne*, *non ibéro-américaine*. La Figure 9.16. montre une distribution très semblable dans les deux corpus. La catégorie qui réunit le plus haut pourcentage est l'échelle nationale, avec 63% des cas pour S/12. Ensuite on trouve les références universelles (19%), les références non ibéro-américaines (13%) et les références ibéro-américaines (6%). Aucune des références ne combine deux échelles différentes, voilà pourquoi la catégorie *mixte* est absente.

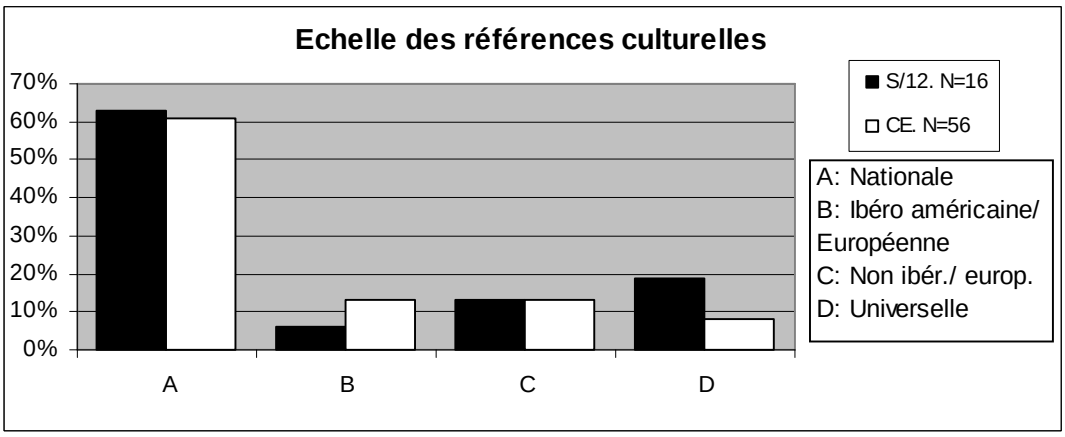


Figure 9.16. Distribution des références culturelles dans les titres analysés de S/12 et le CE, selon leur échelle.

Il n'y a pas de différences dans la distribution de la dimension qui se réfère au mode d'opérer des références ni à celle qui se centre sur les savoirs mobilisés dans les corpus considérés. Le mode direct est de loin le plus important dans S/12, avec 69% des cas. Ensuite on trouve le mode indirect, comptabilisé dans 25% des titres, et le mode mixte, dans 6% (voir la Figure 9.17.). Les titres présentés plus haut (« *Follow me* » et *« Nuevo equipo de básquet. Los Menemtrotters »*) sont des exemples du mode indirect et correspondent à une échelle non ibéro-américaine.

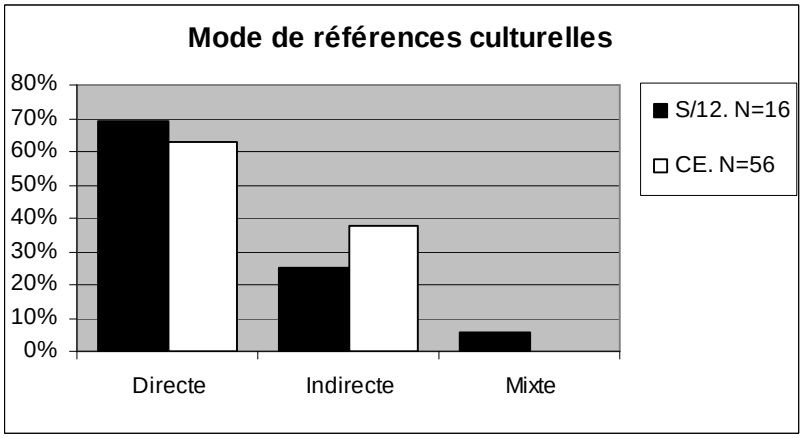


Figure 9.17. Distribution des références culturelles dans les titres analysés de S/12 et le CE, selon leur mode d'opérer.

Passons maintenant aux savoirs des références (voir la Figure 9.18.). En syntonie avec une tendance similaire dans le CE, il y a une nette prédilection dans S/12, pour des connaissances partagées par un public large (88%). Les renvois à des savoirs cultivés ou spécialisés réunissent 13% des titres. Un exemple de cette dernière catégorie est le titre « *Goles, paz y trabajo*" (Des buts, de la paix et du travail), qui est une modification de la phrase « *Salud, paz y trabajo* » de San Pancrasio (De la santé, de la paix et du travail). A partir de celle-ci, on fait une critique sarcastique sur l'exposition médiatique de Carlos Menem à cause de sa participation dans des événements qui n'ont pas un lien avec ses fonctions présidentielles.

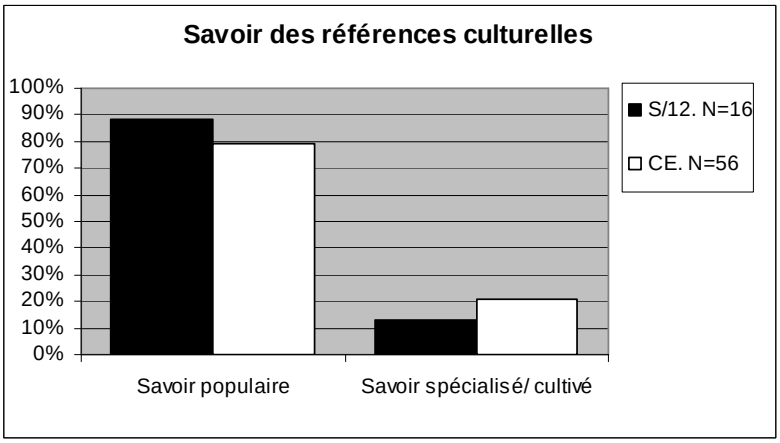


Figure 9.18. Distribution du savoir des références culturelles dans les titres analysés de S/12 et le CE.

9.1.4 Tendance observée des comparaisons réalisées

Nous n'avons pas dû introduire de nombreuses ni de grandes modifications au système catégoriel conçu initialement pour le corpus de référence (seulement la création de la catégorie *mixte* pour les références culturelles) et il y a très peu de cas où les catégories d'analyse existantes n'ont pas été détectées dans le corpus d'application. Ce constat sert à valider l'efficacité et l'opérativité du système catégoriel en tant qu'instrument servant à étudier en détail certains aspects du processus de construction de l'image des hommes politiques, en faisant attention aux sens possibles associés aux personnages ainsi qu'aux divers procédés mis en jeu pour produire du comique mais aussi pour critiquer, dénoncer et faire réfléchir.

Le Tableau 9.2. présenté ci-dessous synthétise le comportement des dimensions de contenu et de forme du corpus d'application par rapport au corpus de référence. Les numéros entre parenthèses rendent compte des catégories absentes dans le journal argentin, en considérant le total des catégories de la dimension. Ainsi, pour la dimension qui porte sur les personnages auxquels on fait référence dans les titres, 2/9 signifie que deux des neuf catégories du CE, n'ont pas été repérées dans S/12. Ensuite, nous décrivons les catégories qui ont été incorporées. Dans les cases vides, il n'y a aucun changement à signaler.

La colonne identifiée comme « Distribution des deux corpus » indique la tendance globale observée pour chaque dimension de contenu et de forme sur la base de trois indicateurs : 1) l'interprétation de la distribution des fréquences des deux corpus pour chaque dimension (Figure 9.2. à Figure 9.18.) ; 2) l'application du test χ^2 au total de catégories considérées pour chaque dimension ou bien à une sélection des catégories, en écartant du calcul les cases à fréquence très faible (à l'instar des conditions d'application de ce test[301]) ; 3) du calcul de l'écart résiduel standardisé. A l'issue de la procédure comparative, la distribution des deux corpus peut être qualifiée comme *similaire* ou *différente*. Pour le seul cas où la différence est statistiquement significative, ce résultat est souligné. Les cases vides sont réservées pour les cas où il n'y a pas une tendance claire et donc ce n'est pas possible de parler de similarité ou de différence.

[301] P. Hinton. (1995). *Statistics explained. A guide for Social Science Students.* London: Routledge.

		DIMENSIONS ET CATÉGORIES D'ANALYSE	NOMBRE DES CATÉGORIES NON PRESENTES ET DESCRIPTION DES NOUVELLES CATÉGORIES	DISTRIBUTION DE DES DEUX CORPUS
DIMENSIONS DE CONTENU (le *quoi*)		Personnages	(2/9)	DIFFERENTE
		Thématique abordée	(1/9)	DIFFERENTE
		Rapports de personnages		SIMILAIRE
	Traits de caractère	Nombre des traits négatifs et positifs par image		DIFFERENTE ($p<0.0001$)
		Variété de traits négatifs		DIFFERENTE
		Variété de traits positifs	(11/14)	DIFFERENTE
DIMENSIONS DE LA FORME (le *comment*)		Registre de langue		SIMILAIRE
	Figures rhétoriques	Nombre		
		Variété	(1/8)	DIFFERENTE
	Références culturelles	Thèmes de références culturelles	Création de la catégorie « Mixte »	
		Echelle de références culturelles	Européenne devient Ibéro-américaine Non européenne devient Non ibéro-américaine	SIMILAIRE
		Mode de références culturelles	Création de la catégorie Mixte	SIMILAIRE
		Type de savoir mobilisé		SIMILAIRE

Tableau 9.2. Catégories absentes et introduites dans le corpus d'application, et comportement général des dimensions des deux corpus comparés.

Les dimensions de contenu présentent un comportement différent dans les deux corpus, à l'exception du rapport entre les personnages, où la distribution de la dimension est similaire. Il s'agit des dimensions très liées au contexte politique ainsi qu'au personnage étudié, de telle manière que ce résultat était prévisible. Rappelons-nous que les résultats obtenus à partir de l'analyse des titres et des images du CE avaient mis en évidence une dépendance des dimensions de contenu envers la période d'analyse. En échange, les dimensions de forme ne s'étaient pas avérées varier selon les périodes. Ceci est cohérent avec les résultats obtenus sur les titres de S/12 car, sauf la dimension sur les groupes de figures rhétoriques identifiées, la tendance prédominante est la similarité des deux corpus. Il y a deux dimensions où le comportement est moins défini : les thématiques des références culturelles, et le nombre de figures détectées par titre. Dans le premier cas, la distribution des thèmes est assez proche à l'exception des trois dimensions qui présentent un comportement différent. La dimension qui correspond au nombre de figures rhétoriques identifiées dans chaque titre ne présente pas une différence statistiquement significative entre le corpus de référence et le corpus d'application, encore que l'on observe une sur-représentation des cas où aucune combinaison (une seule figure ou absence de figure) n'a été détectée dans le CE, et une sur-représentation des titres avec trois figures dans S/12. Il y a donc une plus grande densité de figures dans le journal argentin. La seule dimension qui présente une différence statistiquement significative entre les deux corpus est celle qui se réfère au nombre de traits de caractère repérés dans chaque titre.

9.2 Conclusions

Au cours de ce chapitre, nous avons mis à l'épreuve l'opérativité du système catégoriel construit à partir de l'étude des titres du corpus de référence. L'application a été faite aux 36 titres qui portent sur le président Menem au début de son premier mandat, pendant la campagne de réélection et au début de son deuxième mandat. Cette application a été possible et informative et nous fait penser qu'elle pourrait être élargie à d'autres corpus dans des recherches futures. Seulement quelques peu de catégories identifiées dans le CE n'ont pas été retrouvées dans S/12 : les onglets et titres des échos, parmi la dimension qui porte sur le type de titres ; les catégories qui se réfèrent au Président avec son Vice-Président, pour ce qui est des personnages auxquels on fait référence ; les thématiques militaires ; plusieurs traits positifs ; et les métaphores figées et les symboles, parmi les figures rhétoriques. De même, une seule catégorie a été créée pour saisir la présence de plus d'une référence culturelle dans chaque titre. Le fait que ce système soit opérationnel obéit à la diversité des dimensions saisies à partir du corpus du CE et qui nous ont fait partir d'une base riche en variété et en nombre. Nous considérons que son statut de *corpus de référence* est donc bien justifié.

L'étude comparative faite entre les deux corpus a mis en évidence une majeure diversité des dimensions de contenu, plus liées au contexte, et au contraire, une plus grande similarité des dimensions de forme, qui indiquent ne pas être associées aux périodes considérées. Ces interprétations s'appuient sur des résultats présentés après l'analyse des titres et des images du CE. La similarité, dans les corpus de référence et d'application, des recours des discours satirico-humoristiques va dans le sens de notre hypothèse sur l'existence d'un humour transculturel. Néanmoins, il est encore trop tôt pour nous prononcer à faveur de cette hypothèse. L'application du système catégoriel au corpus d'images de S/12 s'avère donc indispensable pour tester cette idée.

Revenons par la suite, à certains des résultats les plus importants présentés dans ce chapitre. En ce qui concerne l'emplacement des titres de notre corpus d'application, la plupart se concentre dans la Une. Parmi ceux-ci, 61% fonctionnent comme des avancements des sujets qui seront traités à l'intérieur du journal. Comme nous le verrons plus loin dans la thèse (chapitre 11), ces titres jouent un rôle particulier dans le processus de construction de sens. Les titres font référence à plusieurs personnages mais les plus récurrents portent sur le Président et les citoyens, ce qui peut être en syntonie avec deux des thématiques les plus habituelles : les élections et la communication politique du Président. Ils sont très nombreux, les titres qui s'intéressent aux actions diplomatiques de l'Argentine et tout particulièrement, à un voyage que le Président Menem a fait aux Etats-Unis à peine commencé son premier mandat. La situation du pays en 1989 était critique et le gouvernement faisait des essais pour obtenir l'aide financière d'organismes internationales et d'investisseurs étrangers. La combinaison de plus d'un sujet dans un même titre, comme pour les images satiriques, se présente comme un recours de choix lorsqu'il s'agit de produire le comique. Pour conclure autour des thématiques abordées dans les titres considérés, il faut mentionner que S/12 tend à consacrer l'hebdomadaire à un sujet prédominant par semaine, de manière à traiter dans ses pages, différents aspects de celui-ci.

L'étude des traits de caractère montre une concentration plus grande dans S/12 que dans le CE, ce qui veut dire qu'il y a plus de traits par titre. En effet, le pourcentage le plus élevé correspond à la présence d'au moins trois titres qui agissent à la fois. Les traits négatifs sont, comme c'était prévisible, les plus nombreux et divers, et de fait, seulement trois des quatorze catégories existantes ont été retrouvées parmi les traits positifs. Les auteurs satiriques trouvent sans aucun doute beaucoup plus des raisons pour critiquer le personnage Menem que pour faire des éloges. Et ceci est vrai même au début de son premier gouvernement, où il était beaucoup moins connu dans le pays[302].

L'aspect qui fait l'objet des plus grandes attaques est la fiabilité du personnage, son côté frivole et peu sérieux. Avec récurrence, Carlos Menem est présenté comme un homme politique qui traite à la légère les problèmes du pays. Et ce trait apparaît souvent combiné avec le fait de tourner l'exercice politique en un spectacle : comme il a participé d'un match de football à des fins caritatives, le Président est par la suite associé à des équipes de basket-ball, à des émissions de télévision, à des films, qui n'ont aucun lien avec sa fonction publique, mais au contraire, sont porteurs d'une critique profonde du journal envers ce que les auteurs satiriques considèrent comme une trop grande exposition médiatique. Le journal donne aussi l'image de quelqu'un d'autoritaire qui signe des décrets et fait d'autres abus du pouvoir ; qui fait des maladresses verbales et se trompe. Tous ces traits seront quelques uns des aspects qui se sont cristallisés de l'image qui a circulé dans l'opinion publique en Argentine sur Carlos Menem. A celle-ci, il faut ajouter l'attribut de corrompu qui, pourtant, n'est pas présent dans notre corpus, peut-être à cause des périodes sélectionnées. Le personnage est également présenté comme menteur et hypocrite, instable et irrationnel, et ambitieux. Pour ce qui est des traits positifs, son charisme et son empathie réunissent les traits les plus nombreux : il est avant tout populaire, mais aussi pourvu d'autorité et efficace. Tout ceci s'explique par le fait d'avoir gagné deux fois les élections nationales.

Passons par la suite aux dimensions de forme, en commençant par le registre de langue. Les auteurs de S/12 ne se servent que rarement des variations du registre pour introduire un décalage risible, car 89% des titres correspondent à un registre courant. Ceci maintient sûrement un rapport avec l'absence de métaphores figées, qui sont généralement constituées par des expressions familières et populaires.

Les titres de S/12 sont comparativement plus denses que ceux du CE en figures rhétoriques, la présence de trois figures dans le journal argentin double celles de son pair français. En échange, la variété de figures est beaucoup plus limitée, de manière que la richesse quantitative d'un journal contraste avec la richesse qualitative de l'autre.

Quant aux groupes de figures identifiées, S/12 opte davantage pour travailler avec les idées qu'avec le sens et la forme des mots. En suivant la dénomination de Georges Molinié (1992, 1993), on est face à un langage qui fonctionne au niveau macrostructural, c'est-à-dire que les figures sont peu isolables dans le discours car ils transcendent le plan phrastique. Les figures de mots, de contiguïté, d'association et de double sens sont peu utilisées tandis que l'ironie et ses variantes et d'autres figures de pensée sont très fréquentes. Les figures de

[302] Carlos Menem avait été deux fois gouverneur de la province de La Rioja, située au nord-ouest du pays, et il était moins connu dans Buenos Aires et les autres provinces du pays (voir le chapitre 6).

construction sont aussi nombreuses, notamment l'ellipse, qui est usuelle dans les titres de la presse en général, pour sa capacité de condensation et synthèse.

Seulement une dizaine de types de figures a été identifiée dans S/12, dont trois totalisent 63% des cas : l'allusion, l'ellipse, et l'ironie, avec l'antiphrase. Ceci veut dire que la plupart des procédés comiques mobilisés dans l'hebdomadaire répondent à quelques peu de mécanismes. L'allusion actualise l'information oblique à ce qui est dit, incorporant ainsi des éléments qui vont au-delà de l'univers du discours ; l'ironie et l'antiphrase sont utilisées par l'énonciateur pour introduire une distance par rapport à son propre discours ou à celui qui est l'objet des critiques. Ces figures travaillent avec l'implicite et établissent un jeu entre ce qui est dit et ce qui est laissé entendre. Alors que la métaphore créative est l'un des procédés les plus utilisés dans la satire, il est peu présent dans S/12, ce qui met en exergue le faible recours aux analogies pour produire du comique et de la satire.

En ce qui concerne les références culturelles -c'est-à-dire ces connaissances actualisées dans les titres qui ne sont pas directement liées avec les faits d'actualité traités-, elles ont été identifiées dans la moitié des titres. Dans certains cas, il y a deux références différentes qui opèrent dans un même titre. C'est pour cela que nous avons créé une nouvelle catégorie qui contemple ces cas mixtes.

Les références sont avant tout langagières –des expressions figées qui ne fonctionnent pas comme des métaphores, et des termes dans des langues étrangères- ; géographiques, historiques, institutionnelles et sportives. L'absence des renvois à des connaissances artistiques ou philosophiques marque une différence par rapport au CE, un hebdomadaire qui s'adresse à des gens connaisseurs du vaste bagage culturel français.

La manière dont l'échelle des références se distribue dans S/12 et le CE est très semblable, les références propres du pays étant de loin les plus importantes. Il n'y a pas non plus de grandes différences par rapport au mode d'opérer des références ni au type de savoir mobilisé : le mode direct l'emporte sur le mode indirect, et le savoir populaire est plus usuel que le savoir cultivé ou spécialisé.

Les résultats décrits nous ont appris que S/12 présente en général une plus grande densité des procédés et des traits de caractère associés au personnage dans chaque titre : une majeure combinaison de figures rhétoriques, de références culturelles et aussi de traits de caractère. Cette richesse qui s'exprime par le nombre est, en revanche, limitée dans la diversité, notamment pour ce qui est des figures rhétoriques et des traits positifs. Nous verrons si cette tendance se maintient dans les images de S/12 qui font partie de notre corpus, et sur lesquelles portera le chapitre suivant.

Chapitre 10 :

Analyse des images de Sátira/12

Ce chapitre est consacré à l'analyse des images qui constituent le corpus d'application, au total formé par 65 caricatures et *strips* politiques qui font référence au président Menem, que ce soit à travers sa représentation visuelle et/ou sa mention écrite, pendant les deux périodes qui comprennent le début de son premier mandat, la campagne de réélection et le début de son deuxième mandat.

Comme nous avons fait dans le chapitre précédent, nous décrirons la distribution de chaque dimension d'analyse, à partir d'une logique comparative avec le corpus de référence, qui est formé par les images du CE considérées. Dans les dimensions où cela est possible, nous appliquerons des tests statistiques, le test χ^2 et le calcul de l'écart résiduel standardisé, qui nous fourniront des informations par rapport à l'existence ou non d'une différence statistiquement significative entre les deux corpus (section 10.1.). Comme les fréquences absolues comptabilisées dans chaque catégorie d'analyse ne sont pas d'une taille suffisante, nous n'avons pas été en mesure de faire des analyses statistiques multivariées pour étudier leurs associations (Analyse Factorielle de Correspondances et Analyse de Classification Hiérarchique Ascendante). Nous ferons néanmoins quelques analyses comparatives avec les échantillons correspondant à certaines des dimensions identifiées dans les deux corpus. Ces analyses seront présentées dans les chapitres 11 et 12. La section 10.2. présentera des réflexions générales à mode de conclusion de ce chapitre.

10.1 Distribution des images selon les dimensions de caractérisation, contenu et forme

Comme nous l'avons précisé auparavant, nous suivrons le modèle appliqué dans les chapitres 7 et 8 pour présenter les résultats des 65 images qui font référence directe ou indirecte au président Carlos Menem pendant les deux périodes considérées. Ainsi, nous commencerons avec les dimensions de caractérisation, nous poursuivrons avec les dimensions de contenu, et nous finirons avec les dimensions de forme.

Nous ferons attention aux changements perçus dans l'application du système catégoriel à S/12, que ce soit parce qu'il y a des catégories absentes ou parce que nous avons dû introduire des nouvelles dimensions ou catégories. Pour l'ensemble des dimensions de contenu et de forme et pour certaines de caractérisation, nous présenterons des graphiques où l'on compare les corpus du CE et de S/12. Ces graphiques nous permettront de voir la tendance générale par rapport à la manière dont les catégories d'une dimension donnée se

comportent. Quand les fréquences absolues présentent un chiffre suffisant, nous ferons le test χ^2 et le calcul de l'écart résiduel standardisé qui feront possible la confirmation statistique de la tendance observée dans les graphiques.

Avant de présenter chaque dimension, nous rendrons compte des dimensions d'analyse qui ne sont pas forcément présentes dans toutes les images. Celles-ci coïncident avec celles du corpus de référence : les goûts et habitudes, les rapports entre les personnages et les traits de caractère, au niveau du contenu ; la représentation visuelle du personnage, sa position énonciative, le décor, les figures rhétoriques icono-plastiques et linguistiques, les références culturelles icono-plastiques et linguistiques, et le registre de langue, pour ce qui concerne le niveau de la forme. Quand N (nombre total d'individus) ne se correspond pas aux 65 images analysées, nous les préciserons dans les graphiques.

La Figure 10.1. rend compte, pour chaque dimension, du nombre d'images auxquelles ces dimensions ont pu être appliquées. Celles qui présentent les valeurs les plus élevées sont les registres de langue (on constate seulement une image où il y a absence de signes linguistiques), les traits de caractère et les figures rhétoriques verbales. Pour la macro-dimension qui porte sur la représentation visuelle du personnage, le total de 45 correspond aux caricatures et *strips* où le personnage Menem est dessiné. Ensuite, on trouve le décor, suivi des rapports entre les personnages. Il y a une différence quantitative considérable entre les figures rhétoriques et les références culturelles icono-plastiques et linguistiques. La dimension qui réunit les plus faibles fréquences d'apparition correspond aux goûts et habitudes associés au personnage, une dimension bien spécifique qui est complémentaire à celle sur les traits de caractère. Les références culturelles restent les procédés les moins fréquents, ce qui peut obéir à leur côté facultatif déjà évoqué. L'ordre décrit est presque le même que pour le corpus du CE, ce qui fournit davantage des informations sur le degré d'importance de chaque dimension dans nos objets d'étude.

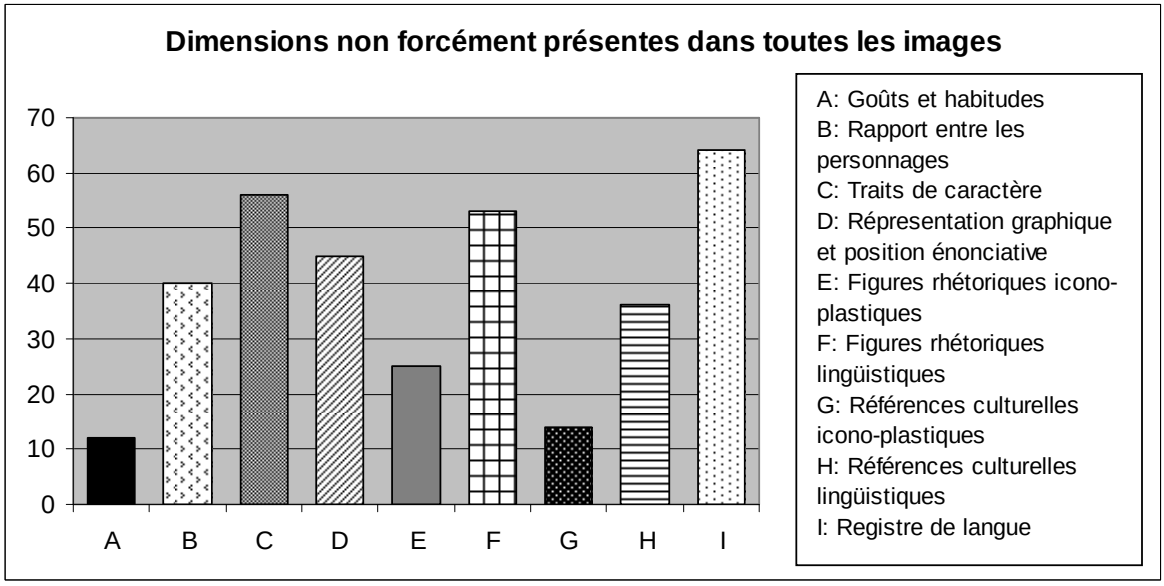


Figure 10.1. Nombre d'images auxquelles les dimensions mentionnées ont pu être appliquées, du total de 65 images considérées. Pour les cas où il y a plus d'une catégorie (à l'intérieur d'une dimension) par image, nous avons comptabilisé la présence ou l'absence de la dimension. Les valeurs correspondent à des fréquences absolues.

10.1.1 Dimensions de caractérisation

10.1.1.1 La période

La distribution des 65 images qui constituent notre corpus d'application est très équilibrée, puisque 32 correspondent à la période comprise en 1989 et 33 à la période de 1995. Le nombre d'exemplaires considérés pour la première période est de treize et pour la deuxième, de douze.

10.1.1.2 Le type d'image

Des 65 images considérées, 58 sont des caricatures politiques et 7 des *strips*. La proportion des caricatures et *strips* est équivalente à celle du CE.

10.1.1.3 La page

L'hebdomadaire S/12 est constitué de quatre pages. Les images analysées se concentrent notamment dans la deuxième et la troisième page (40% et 35% respectivement), où l'on développe le sujet principal de la semaine. La Une réunit 24% des images du corpus et la dernière page seulement 2%, car celle-ci n'est pas consacrée à des sujets politiques. Dans deux cas, nous avons détecté des images de grande taille qui occupaient une partie des deux pages centrales (deux et trois). A partir de ces résultats, nous constatons qu'autant pour S/12 que pour le CE, la deuxième page est la plus dense en images.

10.1.1.4 L'emplacement

A l'exception de la section supérieure ou inférieure de la page, tous les autres emplacements repérés pour le cas des images du CE, ont été également identifiés dans S/12. La Figure 10.2. signale une prépondérance du centre, centre droit et centre gauche de la page pour situer les images (22%), suivi de près par le cadre supérieur gauche (20%). Ceci contraste avec les résultats obtenus pour le CE, où ce sont les cadres inférieurs les plus importants. La section supérieure de la page de S/12 concentre 45% des cas contre 42% pour la section inférieure alors que dans le CE la distribution est de 31% pour le premier cas et de 52% pour le deuxième, ce qui met en évidence un équilibre plus grand, dans le journal argentin, en ce qui concerne l'emplacement des images par rapport à la hauteur dans la page. Néanmoins, la distribution de la dimension ne présente pas de différences statistiques qui soient significatives entre les deux corpus. Ces résultats pourraient servir de base pour faire des études spécifiques sur l'emplacement des images dans la presse.

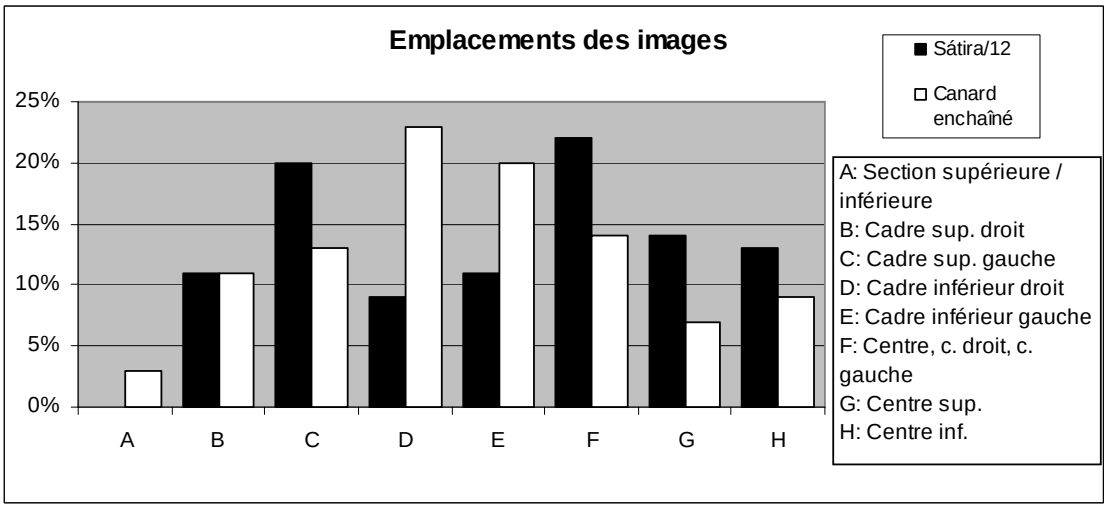


Figure 10.2. Distributions des images de deux corpus comparés en fonction de l'emplacement dans la page.

10.1.1.5 L'auteur

Une particularité intéressante de S/12 est le fait que la paternité des images est en général partagée entre deux auteurs, soit deux dessinateurs, soit un dessinateur et un journaliste/écrivain satirique. Ceci instaure une dynamique de travail bien différente qui pourrait avoir des répercussions dans l'activité créative.

Les caricatures et *strips* de notre corpus ont été conçues par huit auteurs différents, encore qu'il y en a trois qui concentrent le plus grand nombre des cas. Les images signées par Pati et Rudy ensemble ou séparément sont les plus habituelles : Pati seul représente 16% des cas ; Rudy et Pati, 28% ; Rudy et Toul, 16% ; Rudy et Paz, 11% ; Pati et Guarnerio seuls ou avec Rudy, 11% ; et Pati avec Wolf ou Jorh, 3%. Wolf et Toul ont dessiné 14% des dessins et Rep, 2%. Nous sommes donc face à un corpus d'images dont le nombre d'auteurs est inférieur à celui du CE. Cependant, ces auteurs ont l'habitude de travailler en équipe, ce qui pourrait compenser une possible diminution de la richesse stylistique. Nous réfléchirons davantage sur cette hypothèse vers la fin de ce chapitre.

10.1.2 Dimensions du contenu

Comme nous avons procédé dans le chapitre 8, pour l'analyse des dimensions de contenu nous avons considéré les signes linguistiques et icono-plastiques d'une manière intégrale, sans distinguer les uns des autres.

10.1.2.1 Les personnages

La dimension qui porte sur les personnages auxquels on fait référence dans les images présente moins de catégories dans le corpus d'application. Les catégories mixtes et celles sur le Président et sa famille et sur le chef de l'Etat et son Vice-Président ont été supprimées car nous n'avons détecté aucun cas. En ce qui concerne la famille Menem, on peut inférer qu'elle a peu de poids politique aux yeux des auteurs de S/12, au moins pendant les périodes considérées. Le Président n'a jamais été représenté ensemble avec son Vice-Président. En revanche, Carlos Menem a bien été dessiné avec son Ministre de l'Economie, un poste d'énorme poids politique dans le système politique argentin. Néanmoins, ces cas n'étaient pas

non plus si nombreux, justifiant de construire une catégorie spécifique. Ils ont donc été classifiés sous la catégorie du Président avec ses partisans politiques. Quant à l'inexistence des catégories mixtes, on constate que les dessinateurs ne représentent pas plus de deux types d'acteurs différents dans les images. Cette observation met en exergue une possible simplification des situations qui sont récrées visuellement. Pour vérifier ceci, il faut encore savoir si les dessinateurs font souvent recours aux situations fictives, ce qui compenserait partiellement cette simplification.

En observant la Figure 9.3., on remarque une bien moins importante représentation du Président seul dans S/12 (6% des cas) contre 25% pour le CE. En échange, il y a un pourcentage élevé des images (31% contre 17% pour le CE) où il n'est pas dessiné, ce qui veut dire que même s'il n'est pas représenté, on parle souvent de lui. Quand on le dessine, il apparaît davantage avec des journalistes et des conseillers politiques qu'avec des représentants politiques, ce qui met en évidence l'importance que les auteurs de S/12 octroient, d'une part, à la communication politique du Président et par conséquent, au rapport avec les journalistes. D'autre part, la récurrence dans la représentation des assesseurs politiques sert à construire l'image de quelqu'un ayant besoin des opinions des autres, quelqu'un qui s'entoure des personnes qui l'orientent et lui donnent des conseils. On met, au contraire, moins l'accent dans le débat politique entre les gouvernants ou entre la classe politique en général.

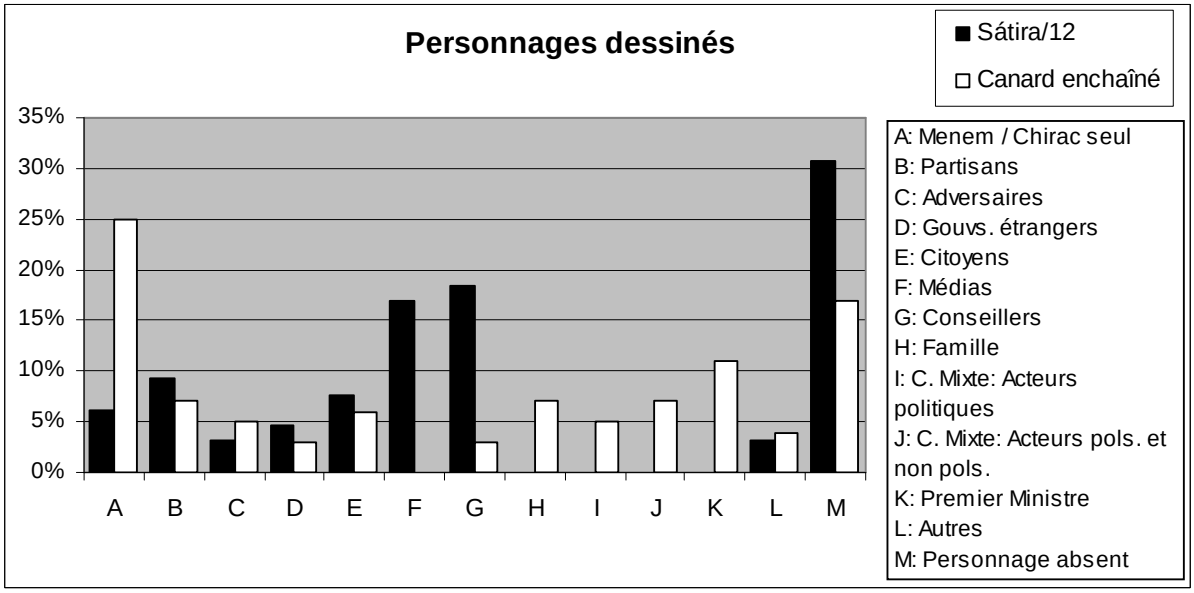


Figure 10.3. Personnages dessinés dans les images qui constituent les corpus de S/12 et le CE comparés.

10.1.2.2 Les thématiques abordées

La Figure 10.4. montre que le pourcentage le plus élevé (27%) correspond aux images qui traitent des élections régionales et majoritairement nationales, suivi de tout près par les thématiques mixtes (25%). Nous pouvons maintenant soutenir avec une forte conviction que le fait de combiner deux sujets différents dans une caricature est un procédé habituel pour obtenir un effet comique dans les corpus analysés. La troisième thématique en importance (19%) correspond aux actions diplomatiques, ce qui s'explique notamment par les relations

entre l'Argentine et les Etats-Unis et les essais du Président Menem pour attirer des investisseurs du pays anglo-saxon.

Il est important de signaler l'inexistence, pendant les périodes analysées, des sujets qui portent sur des affaires de corruption, un aspect très critiqué pendant la présidence de Carlos Menem et notamment lors de son deuxième mandat. Dans ce sens, il faut remarquer que le traitement des sujets de corruption augmente de manière considérable pendant la campagne de réélection de Jacques Chirac dans le CE. Ceci s'explique certainement par le dévoilement des affaires douteuses à cette époque-là, mais il peut s'agir également d'une posture du journal satirique de rappeler au lecteur-électeur l'existence de doutes qui planent sur le Président en ce qui concerne son honnêteté. L'autre catégorie qui n'a pas été repérée dans le corpus de S/12 porte sur les actions militaires, ce qui ne nous surprend guère car l'Argentine n'est pas une puissance militaire et les Forces Armées restent très discréditées après la dernière dictature militaire (1976-1983) et la guerre des Malouines.

Le journal argentin opte en général pour un sujet dominant dans chaque numéro, c'est-à-dire que l'on va consacrer la plus grande place aux différentes facettes d'un événement d'actualité. Cela a été le cas, par exemple, de la visite de Carlos Menem aux Etats-Unis au début de son mandat en 1989, ainsi que de sa participation à un match de football caritatif, où il a joué avec Diego Maradona, après avoir été élu Président en 1989. L'hebdomadaire tourne en dérision de manière insistante un fait donné, s'appuyant sur la répétition afin d'obtenir non seulement un résultat comique mais aussi persuasif. Nous développerons cette idée davantage dans le chapitre 12.

Le traitement que les deux journaux font des sujets politiques présente plusieurs similarités car les catégories les plus fréquentes sont les mêmes. Les différences les plus grandes s'appliquent à la politique extérieure : les actions diplomatiques sont plus importantes dans S/12 alors que les actions militaires sont absentes.

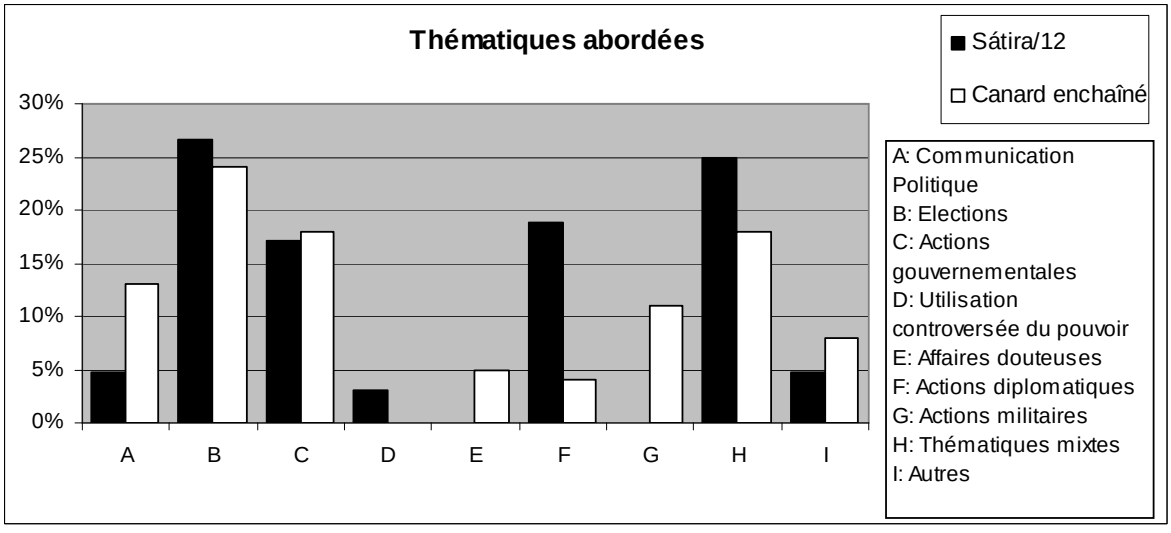


Figure 10.4. Thématiques abordées dans les images qui constituent les corpus de S/12 et le CE comparés.

10.1.2.3 Les rapports entre les personnages

Compte tenu du nombre important des caricatures et *strips* publiés dans S/12 où Carlos Menem n'est pas dessiné, l'absence de rapport est la catégorie la plus habituelle

(31%), (voir la Figure 10.5.). Puis on trouve le rapport neutre entre le chef de l'Etat et d'autres personnages (28%) et le rapport de collaboration (26%). Cette dernière catégorie est au contraire la plus nombreuse dans le CE, avec 32% des cas. Le rapport d'antagonisme ne représente que 8% des images dans le journal argentin, contre 15% pour le CE. Ce résultat met clairement en évidence la prédilection des auteurs de représenter Carlos Menem entouré de personnages qui lui soutiennent. Cette dimension est statistiquement différente dans S/12 et le CE (p=0.0075).

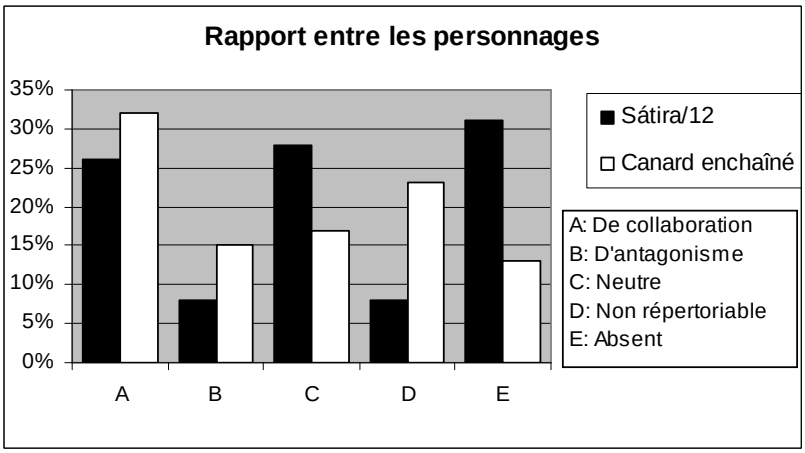


Figure 10.5. Rapports entre les personnages auxquels on fait référence dans les images qui constituent les corpus de S/12 et du CE comparés.

10.1.2.4 Les goûts et habitudes du personnage

Les auteurs satiriques se servent de certains goûts et habitudes des hommes politiques pour le portrait qu'ils construisent d'eux. Dans le cas du personnage Chirac qui émerge du CE, nous avons évoqué son côté « bon vivant », son sens de l'humour, son attraction pour la Corrèze et la campagne, son goût pour les campagnes électorales. Même si cette dimension n'est pas de grande importance quantitative dans le corpus d'application, il faut dire que S/12 s'est inspiré du goût de Carlos Menem pour la pratique sportive et a traité avec une certaine récurrence ce côté du personnage. Nous avons déjà mentionné la participation du Président dans des matchs sportifs ; il est aussi connu pour sa pratique du golf. Il a aussi été représenté dans des rares occasions avec un bon sens de l'humour. Ces deux aspects se répercutent dans l'image de quelqu'un de dynamique et jovial.

10.1.2.5 Les traits de caractère du personnage

En ce qui concerne le nombre de traits de caractère identifiés dans chaque image, 35% présentent un seul trait ; 29%, deux traits ; 22%, trois ou plus de traits ; et dans 14% des cas, on n'a détecté aucun trait. Comparé avec le CE, il y a une densité plus grande de traits par image. Le recours que les deux journaux font aux traits de caractère dans la construction de l'image de la figure présidentielle est statistiquement différent (p= 0.0029).

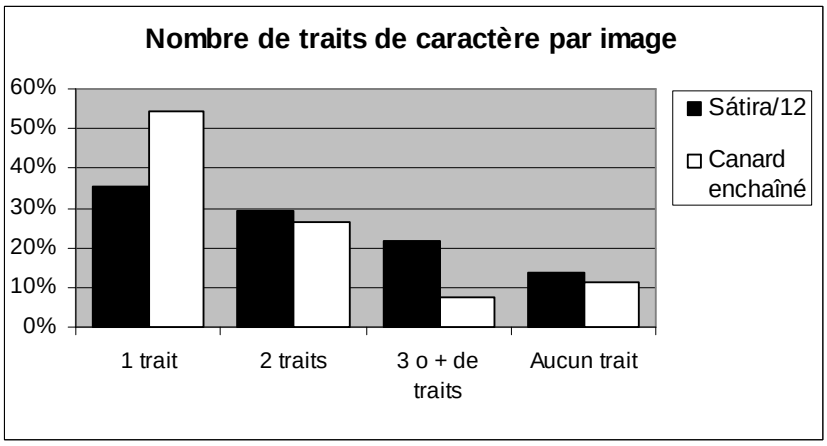


Figure 10.6. Distribution de traits de caractère par image dans le corpus de S/12 et du CE comparés.

.

Comme pour le CE, les traits négatifs dépassent en nombre et en variété les traits positifs. Nous avons recensé 106 traits négatifs contre 16 positifs dans les images de S/12. Le

Tableau 10.1. organise les groupes des catégories des traits de caractère dans des ensembles plus inclusifs, que nous avons appelés sous-dimensions. La croix signale les cas où chaque sous-dimension a été identifiée dans les traits négatifs et positifs. On peut apprécier le fait que neuf des quatorze catégories n'ont pas été identifiées parmi les traits positifs alors que parmi les traits négatifs, seulement une n'a pas été repérée.

Sous-dimensions des traits de caractère	Catégories	Présence de traits négatifs		Présence de traits positifs	
		S/12	CE	S/12	CE
Compétence	- Formation et Intelligence	X	X	X	X
	- Efficacité	X	X	X	X
Intégrité	- Modestie	X	X		
	- Morale	X	X		
	- Sincérité	X	X		
Fiabilité	- Stabilité émotionnelle et rationalité	X	X		
	- Capacité de décision	X	X		X
	- Loyauté	X	X		
	- Responsabilité	X	X		X
Charisme et Empathie	- Attributs physiques			X	X
	- Aptitudes communicationnelles	X	X		X
	- Autorité	X	X	X	X
	- Aptitudes empathiques	X	X		X
	- Popularité	X	X	X	X

Tableau 10.1. La dimension qui porte sur les types de traits de caractère détectés dans les images de S/12 et du CE comparées, présentée en fonction de ses sous-dimensions et catégories d'analyse.

Comme nous pouvons l'apprécier dans la Figure 10.7., la distribution des traits de caractère négatifs est plus équilibrée dans S/12 que dans le CE. Pour ce qui est des traits positifs (Figure 10.8.), la tendance générale observée est semblable dans les deux corpus, à

l'exception des traits de Fiabilité, absents dans S/12. Comme pour le cas de Jacques Chirac, les traits positifs dans l'image de Carlos Menem se concentrent plutôt dans son charisme et son empathie.

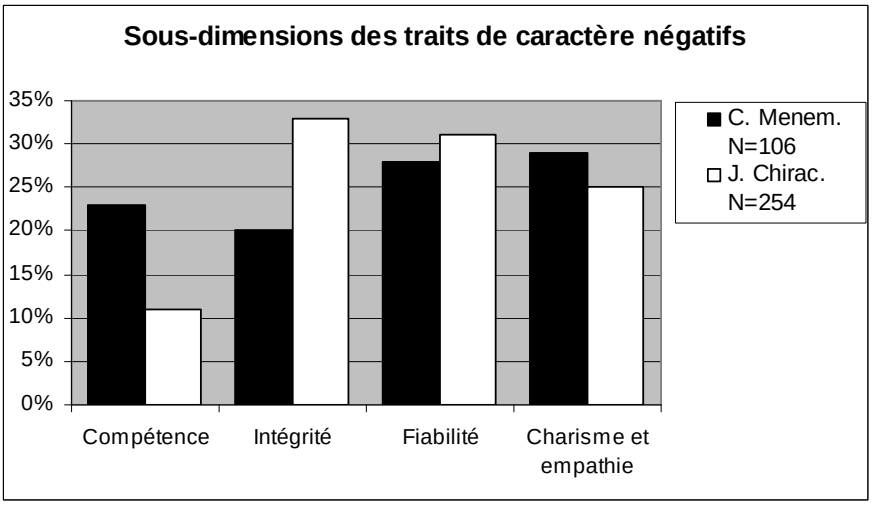


Figure 10.7. Distribution des traits de caractère négatifs détectés dans les images de S/12 et du CE comparées, selon les quatre sous-dimensions considérées.

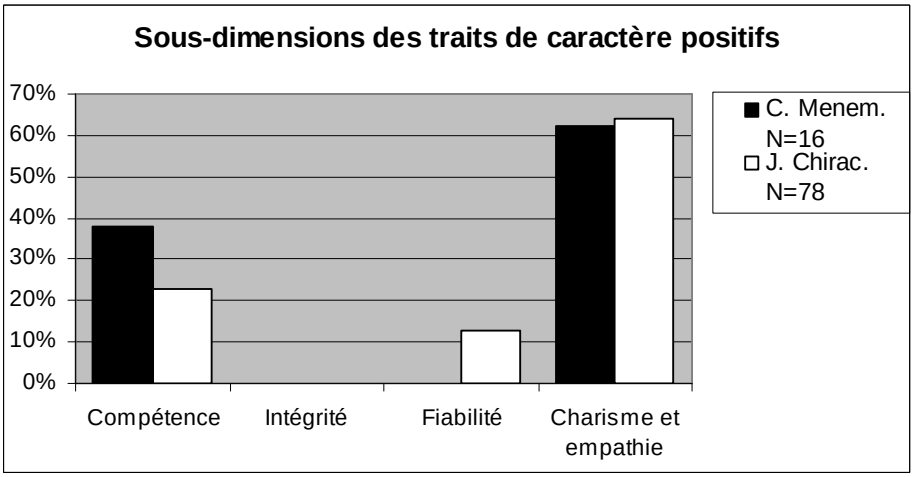


Figure 10.8. Distribution des traits de caractère positifs détectés dans les images de S/12 et du CE comparées, selon les quatre sous-dimensions considérées.

En ce qui concerne les catégories de traits spécifiques, quatre catégories de traits négatifs ont été reconnues dans au moins 8% des images du journal argentin qui traitent de Carlos Menem (voir la Figure 10.9.): à la tête, on trouve partagés avec 16% des cas, le manque de lucidité, qui appartient à la compétence, et la frivolité et le manque de sérieux, qui correspondent à la fiabilité. Les auteurs satiriques mettent ensuite l'accent sur ce qu'ils considèrent comme une certaine spectacularisation de la politique faite par le Président (13%), puis ils se penchent sur l'ambition de pouvoir attribué au personnage (10%), sur son côté opportuniste et autoritaire (8% respectivement). Les aspects les moins critiqués sont l'indécision et, curieusement, la malhonnêteté du personnage. Curieusement, puisque comme nous l'avons dit auparavant, Carlos Menem est soupçonné d'avoir été impliqué dans des affaires de corruption depuis son premier mandat.

Par rapport aux traits positifs, seulement cinq catégories de traits sur les quatorze conçues, ont été détectées dans les images de S/12 qui portent sur le président Menem (voir la

Figure 10.10.). Presque la moitié des traits (44%), font référence à la popularité du personnage. Ensuite, les auteurs satiriques se penchent sur l'efficacité de C. Menem –il a gagné les élections- et sur con côté habile (19% chaque catégorie). Il est jugé dynamique dans 13% des images et il est présenté comme pourvu d'autorité dans 6% des cas. Dans le CE, le nombre de traits positifs est plus grand.

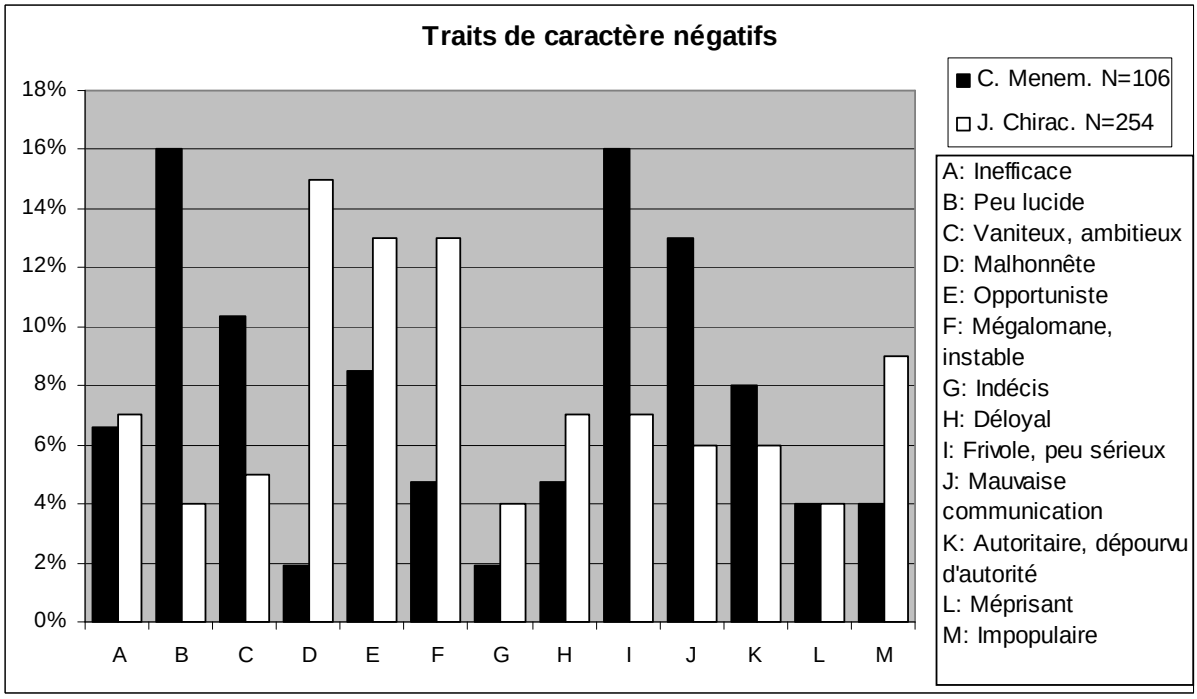


Figure 10.9. Distribution des traits de caractère négatifs identifiés dans les images qui constituent nos corpus de S/12 et du CE comparés.

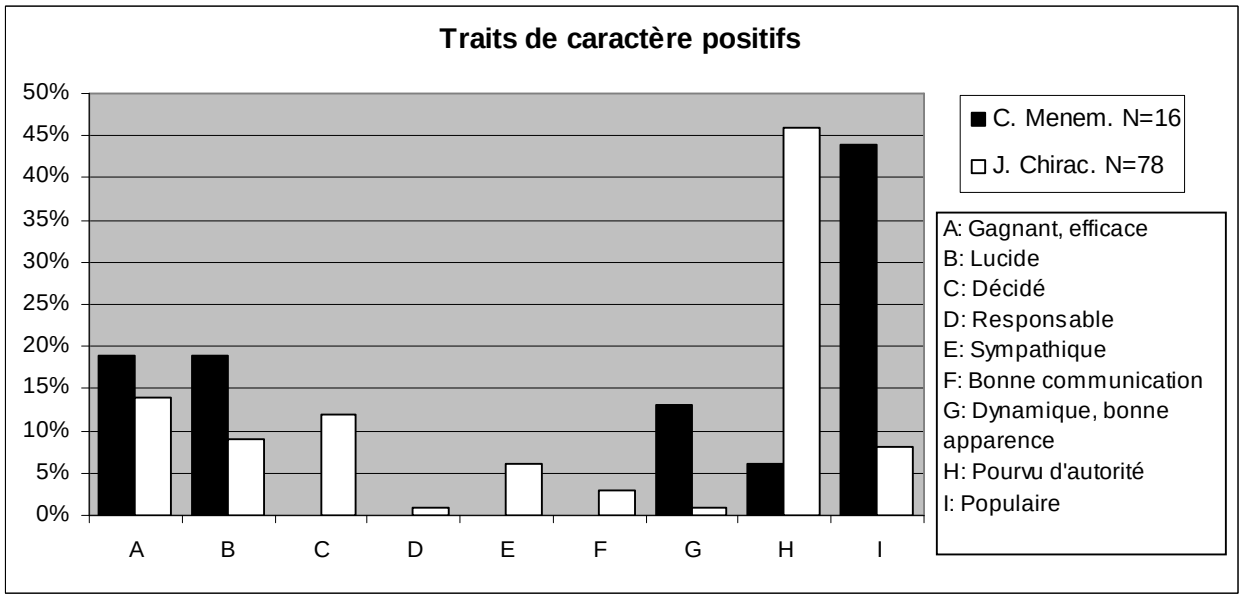


Figure 10.10. Distribution des traits de caractère positifs identifiés dans les images qui constituent nos corpus de S/12 et du CE comparés.

Comme nous le prévoyions puisqu'il s'agit de deux personnalités différentes, les traits de caractère attribués aux deux personnages politiques étudiés présentent plusieurs variations.

10.1.3 Dimensions de la forme

Nous commencerons avec les dimensions exclusives des signes icono-plastiques -la représentation graphique du personnage Menem-, puis nous ferons mention de sa position énonciative ainsi que du registre de langue utilisé, et nous finirons avec les procédés présents autant dans les signes icono-plastiques que dans les signes linguistiques : les figures rhétoriques et les références culturelles.

10.1.3.1 Actions, gestes et activités réalisées par le personnage

La tendance observée par rapport aux actions, gestes et activités réalisées par le personnage Menem dans les images de S/12 est assez proche de celle observée dans le corpus du CE. La Figure 10.11. montre que les auteurs satiriques privilégient une image active du personnage Menem (63%) contre 6% des cas où son image se correspond à celle d'un homme politique passif (6%). Le pourcentage qui correspond aux images où le personnage n'est pas dessiné (31%) se maintient pour toutes les dimensions qui suivent.

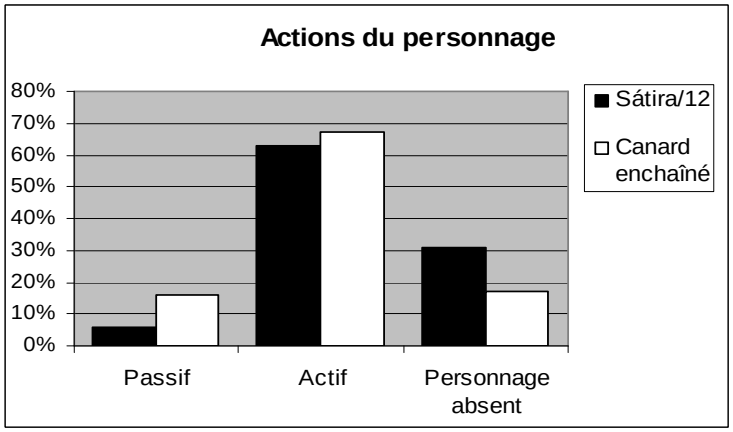


Figure 10.11. Distribution des actions menées par les personnages Menem et Chirac respectivement, identifiées dans les images de S/12 et du CE comparées.

Quant aux gestes du personnage Menem (Figure 10.12.), la plupart, 63%, sont formels, c'est-à-dire qu'ils se correspondent avec sa fonction présidentielle, et 6% sont des gestes informels : mains dans les poches et lever les bras et les mains comme un champion ovationné.

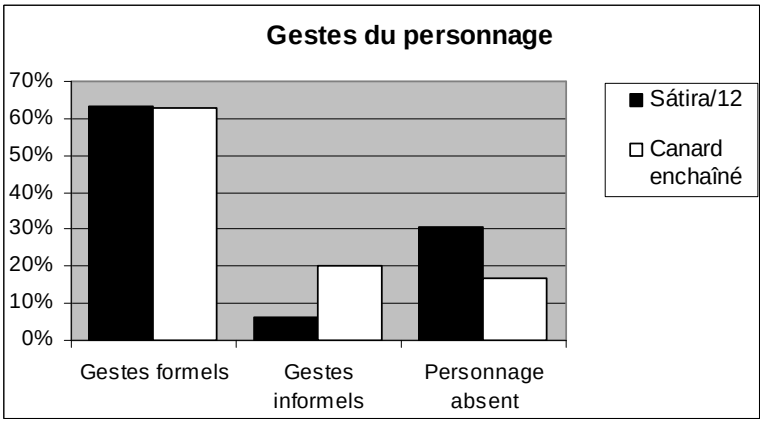


Figure 10.12. Distribution des gestes des personnages Menem et Chirac respectivement, identifiés dans les images de S/12 et du CE comparées.

Dans presque la moitié des caricatures et *strips*, Carlos Menem est en train de travailler (voir la Figure 10.13.) et dans 20% des cas il pratique un sport, notamment du football. Cela est lié –comme nous l'avons déjà signalé- à sa participation dans un match à des fins caritatives en juillet 1989, événement extrêmement caricaturé et satirisé par S/12. La catégorie qui correspond à la consommation des médias obtient un pourcentage très faible et celle sur le repos et l'alimentation est directement inexistante. La distribution des catégories est semblable à celle du CE.

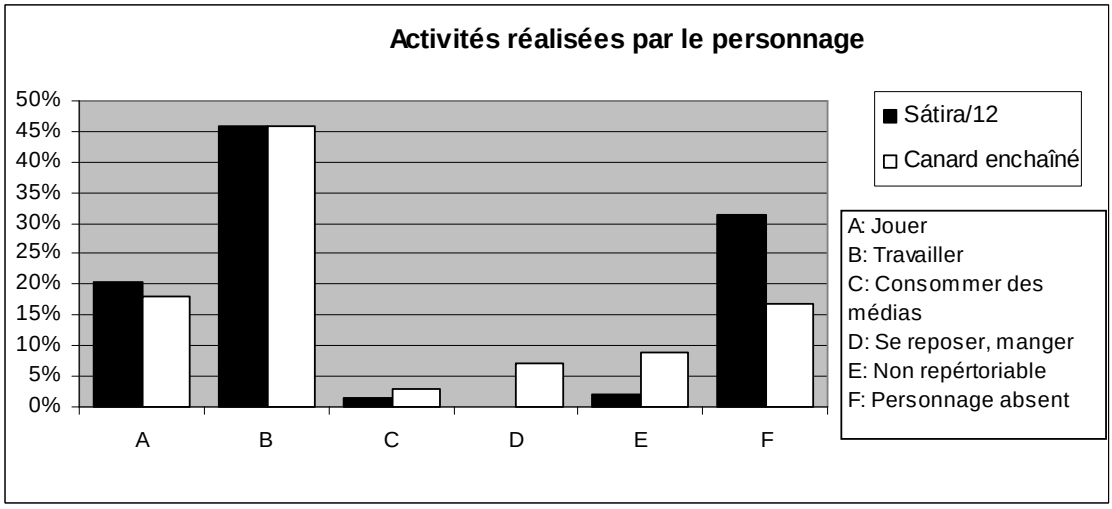


Figure 10.13. Distribution des activités réalisées par les personnages Menem et Chirac respectivement, identifiés dans les images de S/12 et du CE comparées.

10.1.3.2 Posture du corps du personnage

Dans la Figure 10.14., on observe que le personnage Menem est davantage représenté debout (34%) qu'assis (15%). Dans 12% des cas, il mène des actions énergiques, liées à la pratique sportive, et dans 8% des images, le cadre de l'image coupe le personnage à la ceinture, ce qui nous empêche de classifier sa posture. La distribution des catégories est semblable à celle du CE.

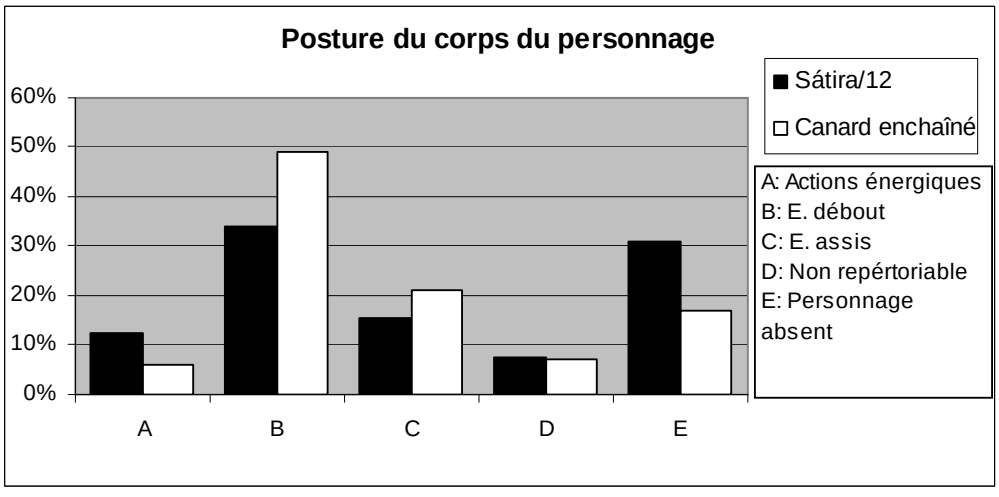


Figure 10.14. Distribution de la dimension sur la posture du corps des personnages Menem et Chirac respectivement, dans les images de S/12 et du CE comparées.

10.1.3.3 Expressions faciales des émotions du personnage

Presque la moitié des images présentent le président Menem comme sérieux (voir la Figure 10.15.), contre 11% des cas où il est souriant et 6% où il est inquiet. Deux catégories sont inexistantes : la représentation de Carlos Menem fâché ou surpris. Dans 5% des caricatures et *strips*, l'expression n'est pas répertoriable.

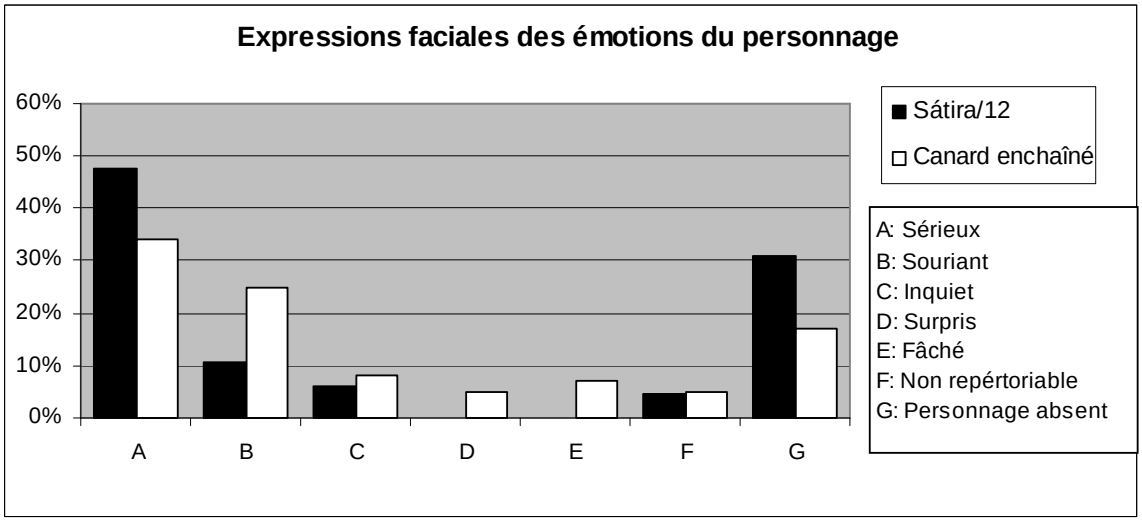


Figure 10.15. Distribution de la dimension sur l'expression faciale des émotions des personnages Menem et Chirac respectivement, dans les images de S/12 et du CE comparées.

En général, on peut dire que la représentation graphique des deux personnages ne diffère pas de manière marquée car l'ordre des catégories en importance pour chaque dimension est assez semblable. Ceci veut dire que les dessinateurs présentent une tendance similaire au moment de représenter sa gestualité, ses actions, sa posture et ses expressions, qui reste assez conservatrice par rapport à la fonction présidentielle des personnages.

10.1.3.4 Prise de parole du personnage

Les dessinateurs de S/12 représentent notamment le personnage Menem comme quelqu'un qui dialogue (31%, contre 12% pour le CE), surtout avec ses conseillers, qui l'orientent, lui procurent des conseils politiques, ou bien avec les journalistes, dont il répond aux questions (voir la Figure 10.16). Dans 15% des images il parle seul, c'est-à-dire qu'il n'y a pas de bulles attribuées à d'autres personnages. Ces chiffres marquent une différence notable par rapport à la représentation de Jacques Chirac, où il est en train de parler dans 46% des cas. Dans 5% des images, Carlos Menem écoute et dans 14%, il ne parle pas. Cette dimension présente des différences plus importantes entre les deux corpus que les précédentes, car les deux catégories les plus fréquentes sont inversées. Cette différence est statistiquement significative ($p<0.001$).

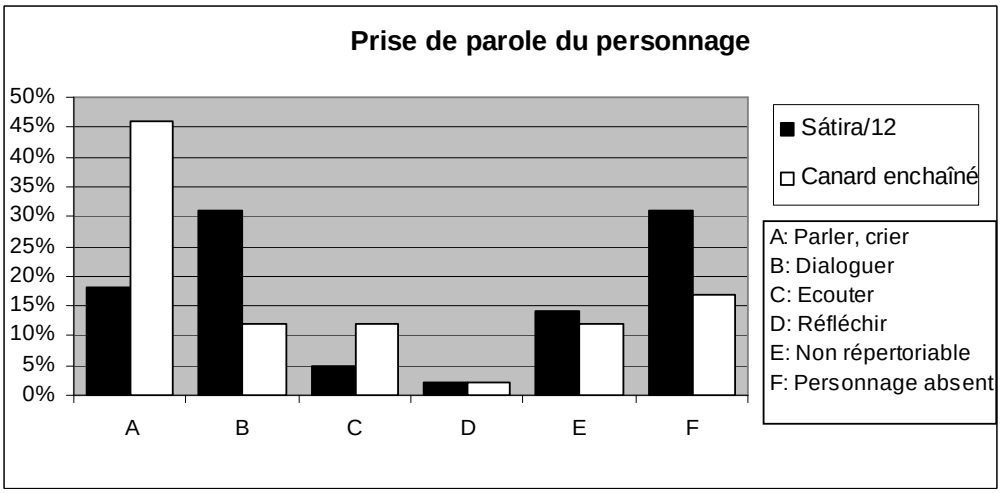


Figure 10.16. Distribution de la dimension sur la prise de parole des personnages Menem et Chirac respectivement, dans les images de S/12 et du CE comparées.

10.1.3.5 Vêtements du personnage

La représentation de Carlos Menem reste assez traditionnelle par rapport aux vêtements qu'on lui fait porter (voir la Figure 10.17.) : 54% correspondent aux tenues formelles et dans 2% des cas seulement, ses tenues sont fictives. Il faut signaler que les fois où le personnage est dessiné en tenues sportives, nous avons opté pour le classifier comme *tenues informelles* (12%), puisque sa pratique sportive était réelle, même si elle a été surdimensionnée par les auteurs satiriques. La tendance observée dans cette dimension est proche de celle du CE.

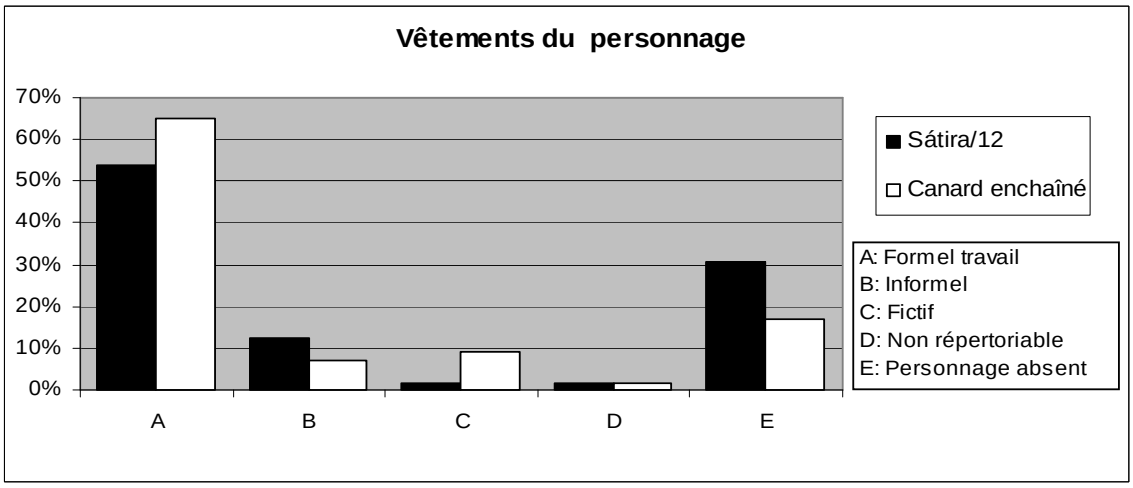


Figure 10.17. Distribution des tenues portées par les personnages Menem et Chirac respectivement, dans les images de S/12 et du CE comparées.

10.1.3.6 Décor représenté

La Figure 10.18. permet d'apprécier une moindre proportion d'images où le décor n'est pas représenté dans S/12 que dans le CE, encore que celle-ci constitue la catégorie la plus nombreuse des deux corpus. Suivant notre logique comparative, il est intéressant de signaler que C. Menem n'a jamais été dessiné chez lui ni dans un contexte fictif; le décor se partageant entre son bureau ou une salle de travail (15%), une salle de conférence (15%), en

plein air (18%) et un autre contexte (15%), parfois lié à sa pratique sportive, comme un vestiaire. Nous pouvons dire, en considérant également l'absence de thématiques liées à Carlos Menem et sa famille, que le côté privé du personnage est très préservé pendant les périodes considérées.

Après le calcul du χ^2 et de l'écart résiduel standardisé, nous constatons une différence statistiquement significative (p=0.003). Les catégories qui se réfèrent aux médias et aux salles de conférence ainsi qu'au contexte extérieur sont sur-représentés dans S/12 tandis que les catégories correspondant à la maison et à l'absence de décor sont sur-représentés dans le CE.

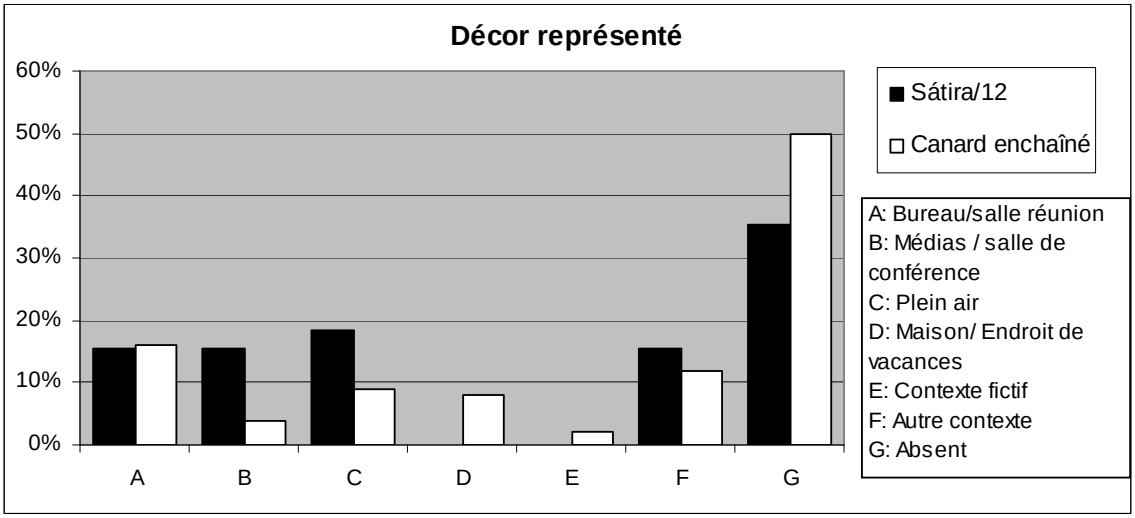


Figure 10.18. Contexte où se déroule la situation recrée dans les images de S/12 et du CE comparées.

10.1.3.7 Proxémique entre les personnages

Comme pour le corpus de référence, dans la plupart des cas (60% ; voir la Figure 10.19.), Carlos Menem n'est pas dessiné en contact avec les autres personnages. Les fois où il est représenté en contact (seulement 2%), c'est pour mobiliser le sens de collaboration entre eux. Dans 8% des images, il est seul et donc la catégorie n'est pas répertoriable. La proxémique n'apparaît pas comme un moyen très exploité par les dessinateurs de S/12.

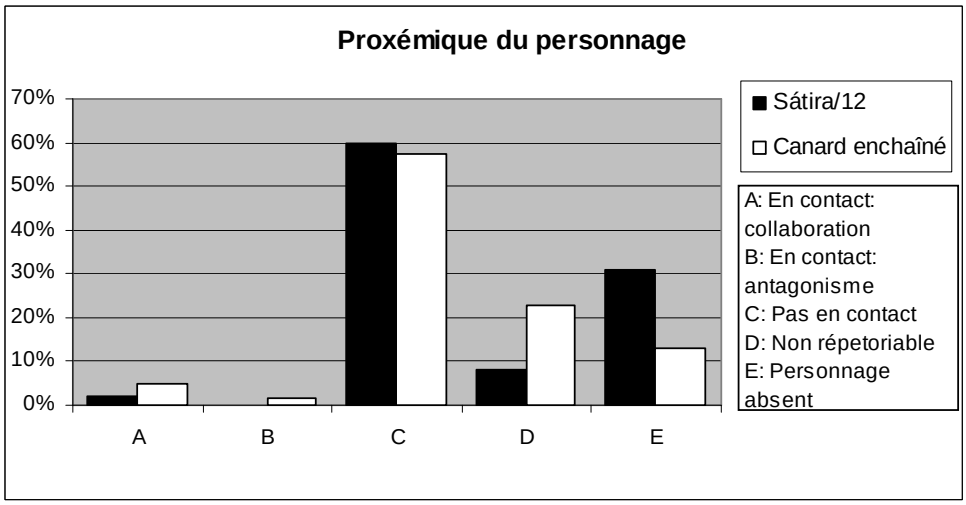


Figure 10.19. Proxémique des personnages Menem et Chirac dans les images de S/12 et du CE comparées.

10.1.3.8 Position énonciative du personnage

Les types de phrases attribuées à un personnage peuvent rendre compte d'un choix stylistique de la part des dessinateurs, comme c'est le cas d'opter pour les phrases exclamatives afin d'obtenir un effet d'emphase ou de produire la chute des messages verbaux des caricatures ou *strips*, très fortement représenté dans le corpus de référence mais beaucoup moins dans le corpus d'application (voir la Figure 10.20). Carlos Menem profère surtout des phrases affirmatives (32% des cas), des phrases interrogatives (12%) et en moindre proportion, des phrases exclamatives (6%). Dans 18% des images, la catégorie n'est pas répertoriable car il ne parle pas. Cette dimension présente des différences statistiquement significatives (p=0.0002) notamment avec la catégorie qui se réfère aux phrases exclamatives.

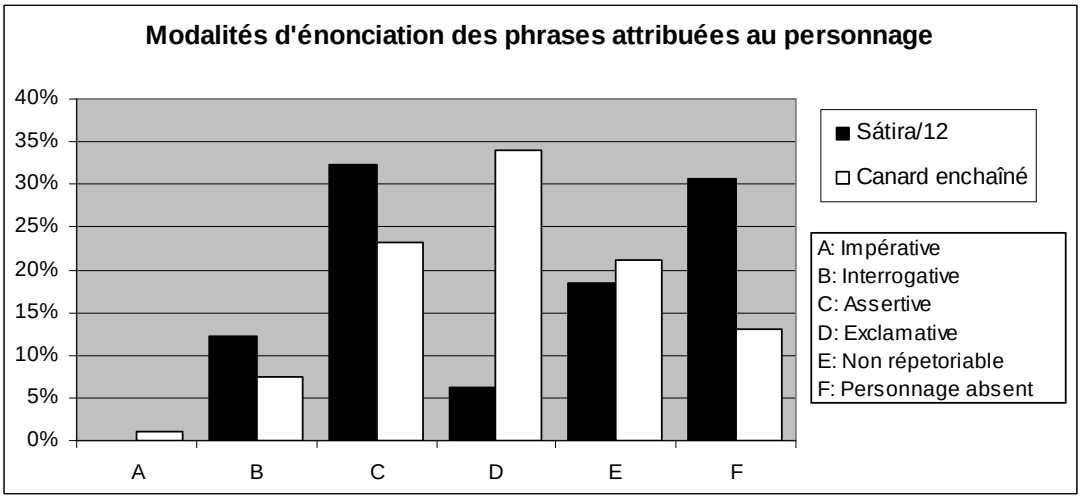


Figure 10.20. Position énonciative des personnages Menem et Chirac dans les images de S/12 et du CE comparées.

10.1.3.9 Registre de langue

Le registre de langue utilisé par les auteurs des images satiriques ne présente pas de différences entre les deux corpus considérés. Pour le cas de S/12 (voir la Figure 10.21.), le registre courant réunit 78% des cas ; le registre familier, 17% ; le registre populaire ou vulgaire, 3%. Seulement 2% des caricatures et *strips* ne présentent pas de signes linguistiques. Ces résultats indiquent que les dessinateurs de S/12, comme ceux du CE, ne se servent pas d'une manière marquée du décalage de registre pour produire un effet comique.

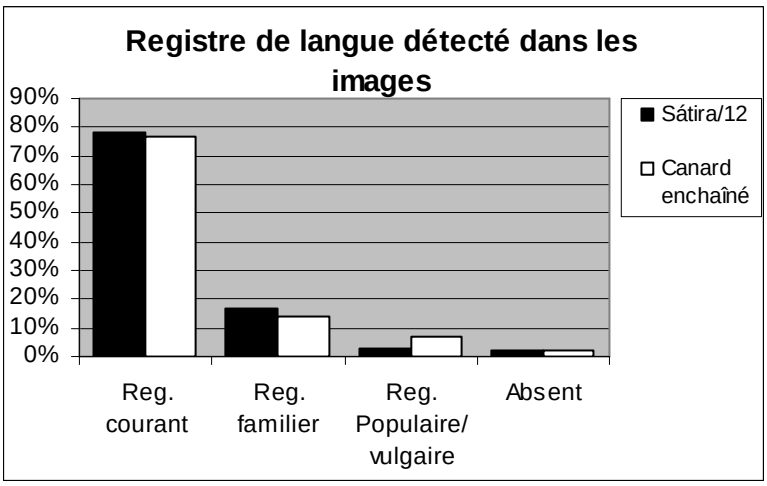


Figure 10.21. Registre de langue identifié dans les images de S/12 et du CE comparées.

10.1.3.10 Les figures rhétoriques

Comme pour le corpus de référence, les figures rhétoriques linguistiques sont plus nombreuses que les figures icono-plastiques dans les caricatures et *strips* du corpus d'application. Nous avons comptabilisé 39 figures rhétoriques visuelles différentes contre 99 figures verbales, c'est-à-dire qu'il y a une proportion de 0,6 figures visuelles différentes par image satirique alors que pour les verbales, cette proportion est de 1,5 figures. De plus, si l'on inclut dans ce chiffre les cas dans lesquels il y a plus d'une figure du même groupe par image ou bien quand il y a répétition d'une même figure, les figures icono-plastiques sont 41, c'est-à-dire qu'il n'y a pas d'accumulation de plusieurs figures issues du même groupe dans une même image. Au contraire, de 99 figures linguistiques différentes par image, on passe à 136 en incorporant les répétitions.

Nous détaillerons par la suite, les combinaisons et variétés des figures icono-plastiques, présentes dans les caricatures et *strips* de S/12, contrastées avec les résultats obtenus pour le CE. Quand il s'agit de combiner les figures visuelles dans chaque image (voir la Figure 10.22.), la façon de procéder dans un journal et l'autre est très différente et significative statistiquement ($p<0.005$). Pour le corpus d'application, nous n'avons pas détecté de combinaisons de figures dans 86% des cas, alors que dans le corpus de référence ce chiffre ne comprend que 25% d'images. La combinaison de deux figures est plus proche dans les deux corpus : 9% pour S/12 contre 13% pour le CE. La différence est considérable dans l'utilisation de trois ou quatre figures différentes par image car dans le journal argentin, elles totalisent 5% et dans son pair français, 62%. Ces résultats mettent en évidence la pauvreté dans l'usage des figures à travers le visuel dans S/12, car non seulement elles sont moins fréquentes -40 de 65 images ne présentent pas de figures-, mais aussi il y a une moindre présence de plus d'une figure par image.

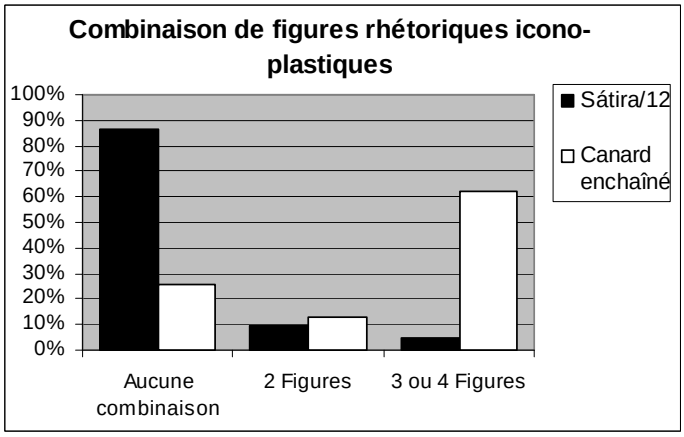


Figure 10.22. Combinaison de figures rhétoriques visuelles différentes par image, pour les corpus de S/12 et du CE comparés.

Quant aux types de figures identifiées dans les images (voir la Figure 10.23.), la distribution entre les deux corpus ne diffère pas de manière significative. A l'exception d'une sur-représentation des métaphores créatives dans le CE et d'une sur-représentation des figures de construction dans S/12, tous les autres groupes de figures se comportent de manière semblable. Le groupe de figures le plus récurrent retrouvé dans le journal argentin est constitué par les figures de pensée (26%), notamment l'hyperbole et l'allusion. Puis on trouve les figures de construction et les métaphores créatives (23% respectivement), les métaphores figées et symboles (13%) et les figures de contiguïté (8%). Les figures les plus rares sont l'ironie et ses variantes (5%) et les figures de double sens (3%).

En observant la Figure 10.23. et la Figure 10.24., nous pouvons apprécier une importance considérable des métaphores créatives visuelles, partagée avec des figures de pensée -15% l'hyperbole, 12% l'allusion et 2% la substitution-, et de figures de construction comme l'antithèse (15%) et la répétition (7%). Dans le corpus du CE, les métaphores créatives étaient beaucoup plus présentes. En plus des figures spécifiques mentionnées, le symbole a été détecté dans 12% des images ; les métonymies et synecdoques, dans 7% des cas ; l'ironie et l'antiphrase, dans 5% ; et les syllepses, dans 2%.

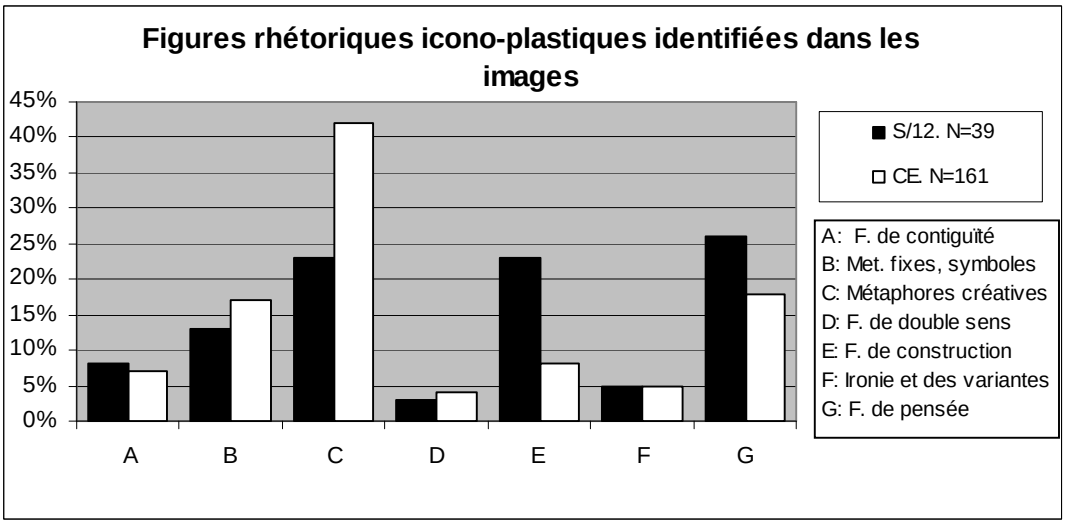


Figure 10.23. Distribution des figures différentes identifiées dans les images de S/12 et du CE comparées, présentées par leur groupe d'appartenance. Dans les cas où des figures appartenant au même groupe ont été détectées dans une même image, elles n'ont été comptabilisées qu'une seule fois.

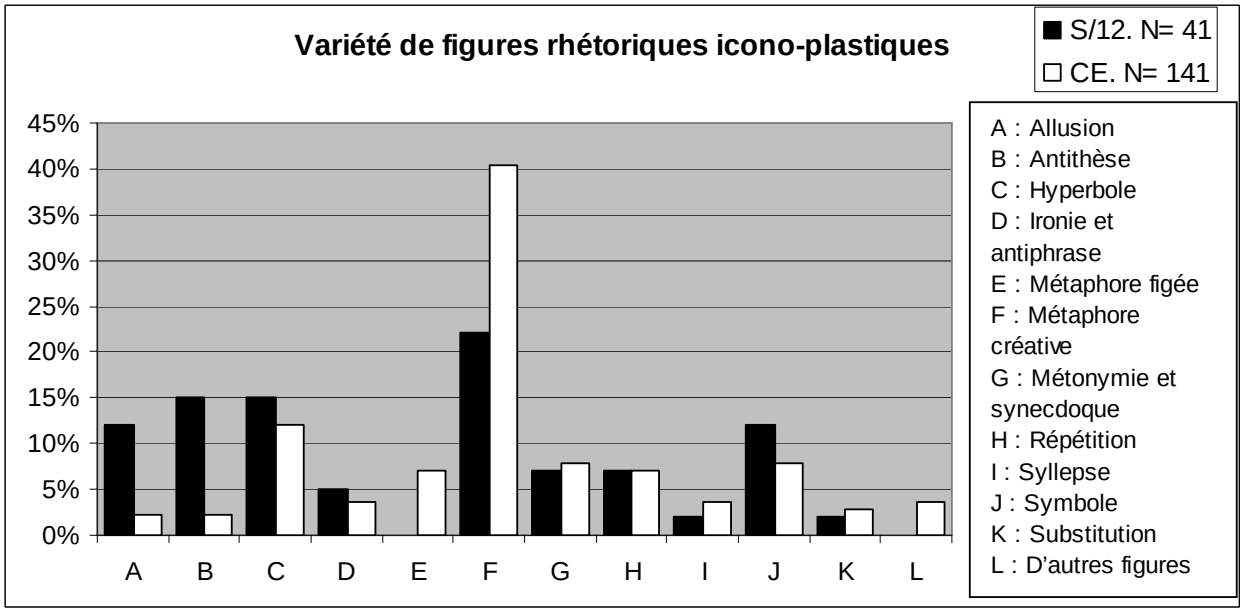


Figure 10.24. Variété des figures visuelles les plus récurrentes dans le corpus d'images de S/12, en considérant les cas de répétition d'une même figure par image ou la présence de plus d'une figure du même groupe dans une image.

Ces pourcentages permettent de saisir, entre autres, l'importance jouée par : l'hyperbole, utilisée pour exagérer dans la représentation d'un événement ; l'allusion, qui permet de mobiliser obliquement un sens donné, à partir d'une situation dont le sens ne se déduit pas de manière évidente ; et de l'antithèse, servant à contraster deux compositions dans une même image. Par rapport à cette dernière figure, il faut mentionner le dessinateur Toul, qui a l'habitude de récréer une conférence de presse en situant en bas la grande masse de journalistes, et en haut, le Président seul, qui parle depuis une estrade [voir la Figure 10.25(a)]. Comme nous l'avions appris avec les résultats des analyses du CE, nous constatons encore une fois que le symbole est également une figure opérationnelle pour véhiculer des sens conventionnels, tels que le fait de faire des cornes à quelqu'un ou faire la V de victoire [voir la Figure 10.25.(b)].

La Figure 10.25.(b) est un exemple des types de figures visuelles que l'on peut trouver dans les caricatures et *strips* de *S/12*. Cette image fut publiée lors d'une visite du président Menem aux Etats-Unis et se caractérise par une grande densité de figures icono-plastiques. Cet exemple constitue alors un cas d'exception dans S/12, mais nous l'avons choisi à des fins descriptifs. Comme figures visuelles, on peut d'abord mentionner la V de victoire, un symbole répandu à échelle mondiale qui devient en plus une substitution car la Statue de la Liberté tient normalement une torche dans la main droite. On pourrait également parler d'une synecdoque de la partie pour le tout par la coiffure et les favoris ajoutés à la Liberté, des traits caractéristiques du *look* de Carlos Menem à l'époque (voir la section 6.4.). L'image fait allusion à l'intention que le chef de l'Etat avait d'augmenter le nombre de membres de la Cour de Justice. La personnification de la liberté est ainsi une antiphrase visuelle, puisqu'elle est associée à un abus d'autorité de la part du pouvoir Exécutif. Cette caricature permet de montrer à quel point les signes icono-plastiques peuvent, d'une manière synthétique et percutante, passer un message avec un contenu critique et de dénonciation.

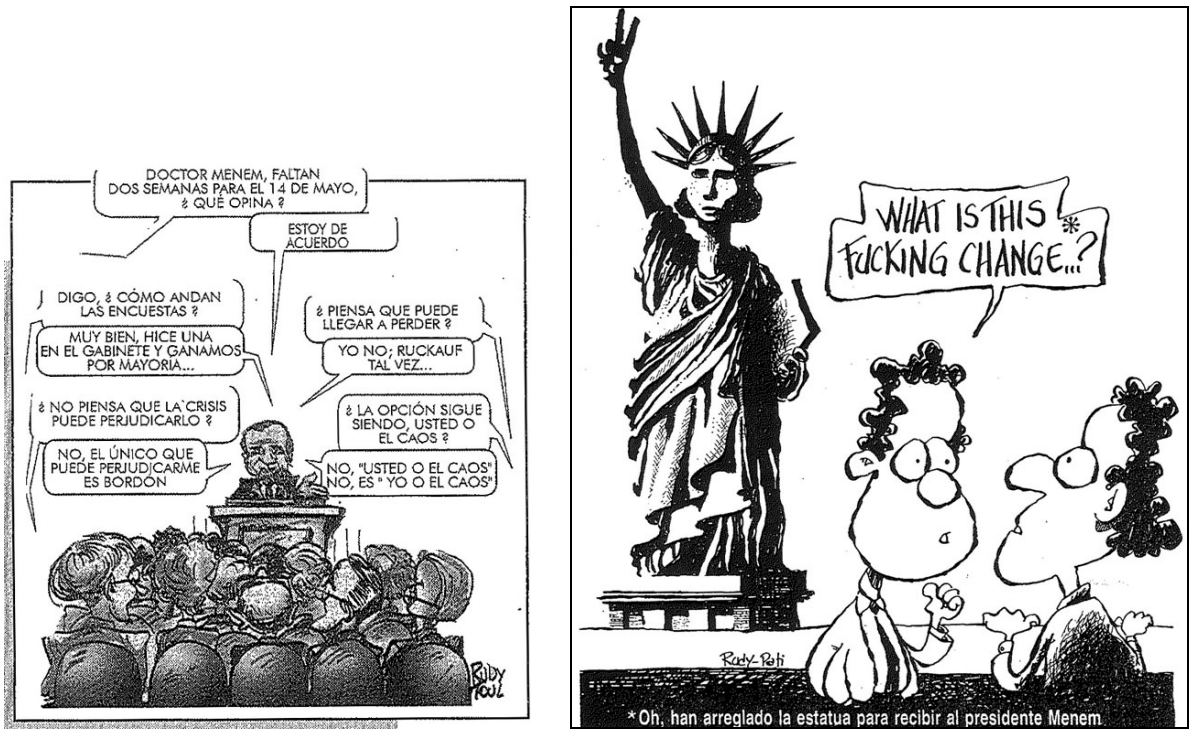


Figure 10.25. **(a)** A gauche, caricature de Rudy et Toul publiée le 29/04/1995 dans la page 3. **(b)** A droite, caricature de Rudy et Pati, publiée le 30/09/1989 à la Une de S/12. Traduction du texte en espagnol, présenté en bas de cette dernière image: « Oh, on a aménagé la statue pour accueillir le président Menem ».

Après avoir considéré le cas des figures icono-plastiques, passons maintenant aux figures linguistiques. Contrairement aux premières, la distribution des combinaisons des figures verbales est très proche dans les deux corpus. La Figure 10.26. montre que pour S/12, l'absence de combinaison atteint 49% d'images, la présence de deux figures, 37% ; la présence de trois figures, 9% ; et celle de quatre ou plus de figures, 5%. Ces résultats divisent les images en deux groupes : la moitié qui ne présente pas de combinaisons de figures, et l'autre moitié, où opère au moins une combinaison simple.

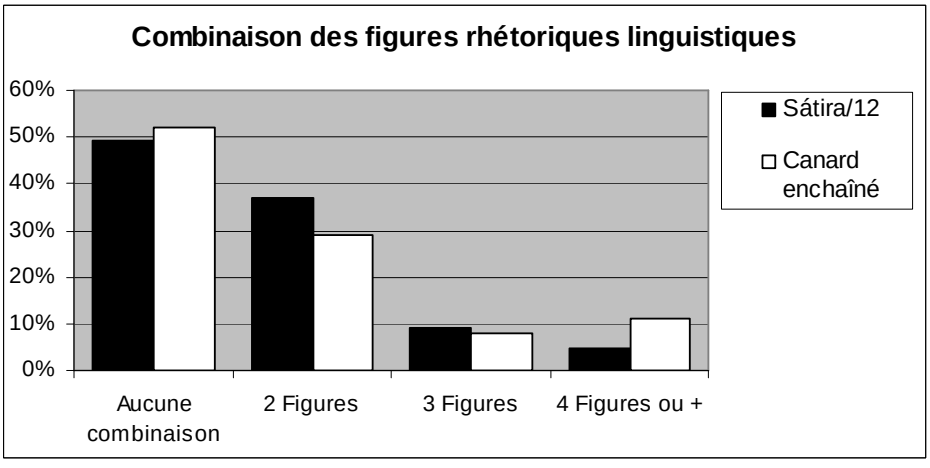


Figure 10.26. Combinaison de figures rhétoriques linguistiques différentes par image, pour les corpus de S/12 et du CE comparés.

La Figure 10.27. permet d'apprécier une distribution très semblable entre les deux corpus, à l'exception des figures de pensée dans S/12, qui doublent celles du CE (42% contre 22%). Le deuxième groupe de figures linguistiques en importance dans l'hebdomadaire

argentin est celui des figures de construction (18%), suivi de près par l'ironie et ses variantes (16%). Les figures les moins habituelles sont les métaphores figées, les figures de mots et de contiguïté.

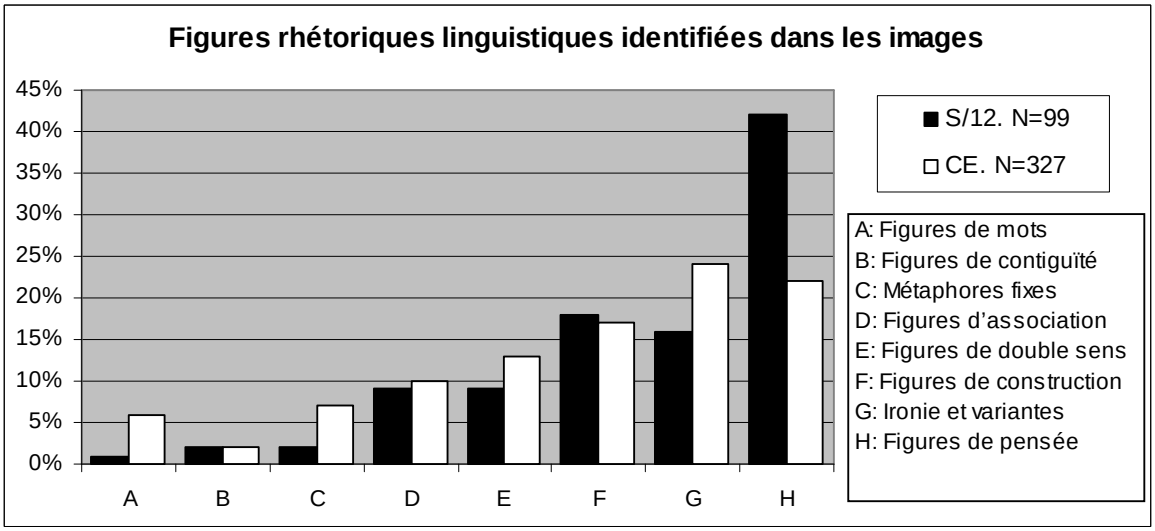


Figure 10.27. Distribution de figures verbales différentes identifiées dans les images de S/12 et du CE comparées, présentées par leur groupe d'appartenance. Dans les cas où des figures appartenant au même groupe ont été détectées dans une même image, elles n'ont été comptabilisées qu'une seule fois.

Des figures de pensée, l'allusion a été identifiée dans 33% des caricatures et *strips* (voir la Figure 10.29.), soit une proportion d'une allusion chaque trois images. Ce procédé permet de passer une idée ou une référence oblique, c'est-à-dire indirecte, par rapport à la situation recréée. Nous considérons que l'allusion est assez caractéristique de l'humour de S/12. Nous y reviendrons dans le chapitre 12.

Toutes les autres figures linguistiques repérées n'atteignent pas le 10% d'images. Si l'on poursuit avec le groupe des figures de pensée, il faut mentionner la substitution (5%), l'hyperbole (4%) et le paradoxe (3%). Avec la substitution, on rompt avec les expressions figées en substituant une partie pour quelque chose d'autre, inattendue. C'est le cas, par exemple, de la caricature où un petit homme dit: « *todo lo que Ud. gobierne podrá ser usado en su contra* » (tout ce que vous gouvernez pourra être utilisé contre vous) où l'on trouve *gobierne* au lieu de *diga* (vous dites). Deux autres exemples sont présentés dans une caricature publiée le 29 juillet 1989 (voir la Figure 10.28.), qui tourne en dérision la participation de Carlos Menem dans un match de football. La célèbre phrase de Juan Domingo Perón, « *de la casa al trabajo y del trabajo a la casa* » (de la maison au travail et du travail à la maison) est substituée par « *de la cancha al trabajo y del trabajo a la cancha* » (du terrain sportif au travail et du travail au terrain sportif) ; et la chanson péroniste, où normalement on dit « *los muchachos peronistas* » (les garçons péronistes), on trouve « *los muchachos futbolistas* » (*futbolista*= qui joue au footbal). Le paradoxe, enfin, s'explique par cette logique d'incohérence qui va à l'encontre de l'opinion commune. Nous y reviendrons dans le chapitre 12. Des figures de construction, la répétition et le parallélisme représentent 11% des cas. La répétition des mots est souvent utilisée dans le but d'insister sur une idée ou bien d'obtenir un effet comique.

Figure 10.28. Caricature publiée le 29 juillet 1989 dans la deuxième page de S/12.

Parmi les figures de sens, la syllepse et le jeu de mots sont présents dans 9% des images. La Figure 10.28. est riche en syllepses, c'est-à-dire, quand un signe renvoie à deux sens différents. Nous en avons comptabilisé trois différents, dont deux associent des notions de football avec des termes liés à l'économie : un supporter crie « *¿Qué cobró el réferi ?* » (Qu'est-ce que l'arbitre a sifflé?) et un autre répond « *El 160% como quedaron en paritarias* » (le 160%, comme ils ont accordé en paritaire), où le verbe *cobrar* est pris dans deux acceptions différentes (être payé, encaisser, et arbitrer). Un deuxième exemple est mobilisé à partir du verbe « *Márquenlo* » (Marquez-lui), dans le sens de marquer un joueur, et aussi d'étiqueter des prix des produits de consommation (à cause de l'inflation). Le mot « *Márquenlo* » apparaît dans une affiche dans la caricature et par conséquent, peut faire allusion aux affiches électorales et au slogan de la campagne de Menem de 1989, « *Síganme* » (Suivez-moi). La troisième syllepse est mise en place à partir du nom *centro* : « ¡*Buscá el centro!!!* » (Cherche le centre !!!), crie un supporter, et un autre répond « ¡*Callate liberal!* » (Tais-toi, libéral !). L'ironie et l'antiphrase, d'un côté, et le sarcasme, de l'autre, ont été identifiées dans 7% des caricatures et *strips* respectivement. Considérés comme un ensemble, puisque autant l'antiphrase que le sarcasme se détachent de l'ironie, ils se constituent comme un procédé très pris en compte quand il s'agit de critiquer, passer un message, faire réfléchir.

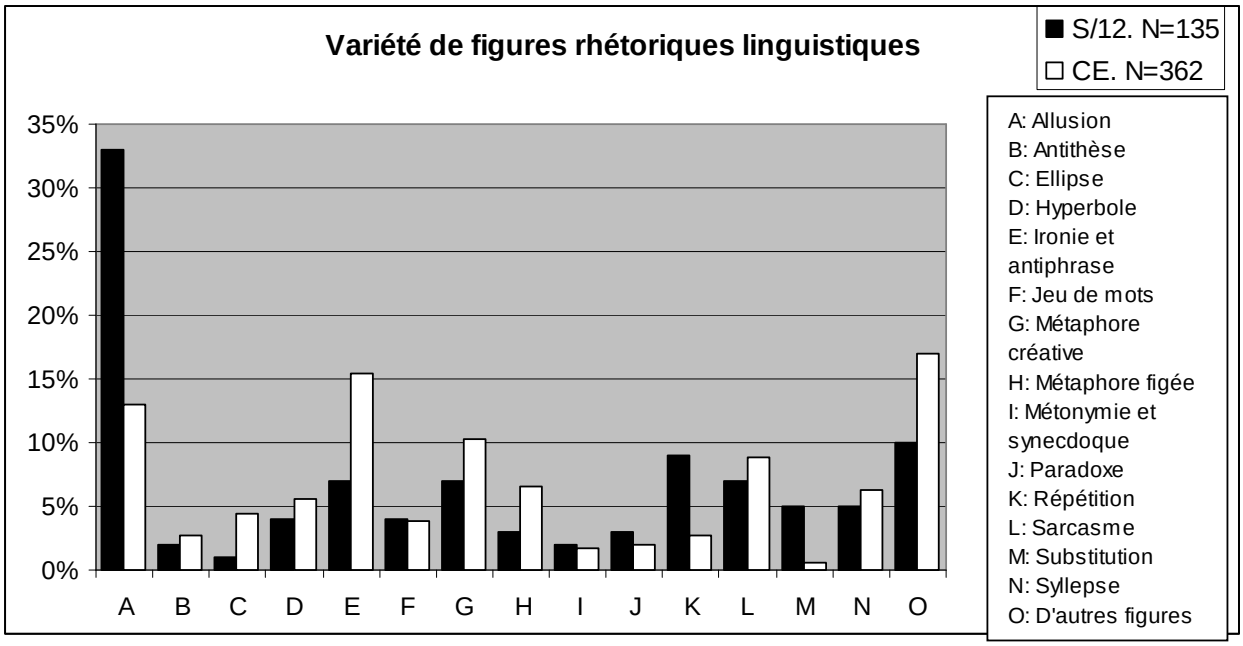


Figure 10.29. Variété des figures verbales les plus récurrentes dans le corpus d'images de S/12, en considérant les cas de répétition d'une même figure par image ou la présence de plus d'une figure du même groupe dans une image.

10.1.3.11 Les références culturelles

Nous commencerons avec les références icono-plastiques identifiées dans les images de S/12, qui -à l'exception de la catégorie qui se réfère à l'échelle-, ne présentent pas une différence significative par rapport au corpus de référence. Quant aux thématiques de ces références, la Figure 10.30. montre une prépondérance pour les symboles, les religions et les traditions, comme dans le corpus du CE. Un exemple de ceci est la caricature située à la Une du 29 avril 1995 [Figure 10.31.(a)], où l'on représente un couple lors de la célébration catholique de leur mariage : on identifie la tenue du prêtre, les tenues de fête du couple, le bouquet de fleurs de la dame et un vitrail au fond. A la suite de ce type de références on trouve les références géographiques, historiques et institutionnelles ; ainsi que les références médiatiques (21% respectivement). Pour illustrer le premier cas, nous avons choisi une caricature [Figure 10.31.(b)] où l'on peut identifier le balcon de la *Casa Rosada*, le siège du Pouvoir Exécutif en Argentine, où le personnage Menem est en train de prononcer un discours. Ensuite on trouve les références aux jeux et sports (7%). Contrairement au CE, on n'a pas détecté ni de références à l'art et la philosophie ni de références au langage. Ce dernier résultat met en évidence le fait que les dessinateurs de S/12 ne représentent pas littéralement des expressions figées comme le font ceux du CE, qui, par exemple, attachent une casserole au dos du personnage Chirac.

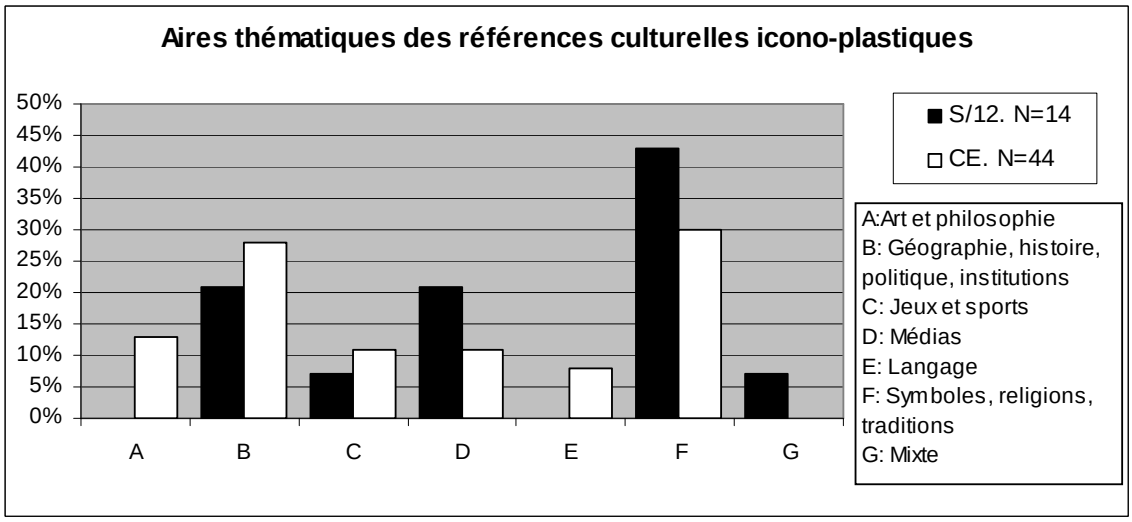


Figure 10.30. Domaines traités dans les références culturelles icono-plastiques dans les images de S/12 et du CE comparées.

Figure 10.31. (a) A gauche, caricature publiée à la Une de S/12 le 29/4/1995. **(b)** A droite, image de Rudy et Pati qui a fait la Une le 12/08/1989.

Jusqu'à présent, le lecteur aura pu remarquer que nous n'avons pas présenté de grandes différences dans le système catégoriel conçu pour le corpus de référence et appliqué ensuite, au corpus de S/12. Or, pour cette dimension portant sur les références culturelles non directement liées à l'univers du fait d'actualité abordé, nous avons été obligée de créer une nouvelle catégorie qui regroupe la présence de plus d'une référence par image. Dans le corpus français, ceci n'avait pas été nécessaire parce qu'il y avait au total deux ou trois cas pour 405 images ; la quantité relevée pour le corpus argentin est comparativement plus important, totalisant 5% des cas.

En ce qui concerne l'échelle des références icono-plastiques (voir la Figure 10.32.), nous avons modifié les catégories *européenne* et *non européenne* pour *ibéro-américaine* et

non ibéro-américaine. Ces dernières sont les plus récurrentes dans le corpus de S/12, avec 43% des cas. Ceci obéit notamment au traitement que le journal a fait d'une visite du président Menem aux Etats-Unis, ce qui suggère un rapport entre les sujets des caricatures et les références culturelles utilisées. Un exemple est la Statue de la Liberté dessinée dans la Figure 10.25. (b).

A la suite des références non ibéro-américaines, on trouve les références universelles [par exemple, le rite catholique de la Figure 10.31.(a)], dont le pourcentage est exactement le même pour le corpus de référence que pour le corpus d'application (36%). Les références nationales sont moins importantes dans le journal argentin [7% ; un exemple est le balcon de la Figure 10.31.(b)] que dans le CE (41%), de même que les références régionales (7% pour S/12 et 16% pour le CE). Quant aux références mixtes, elles atteignent 7% des images de S/12. L'échelle des références est statistiquement significative entre les deux corpus (p=0.0003).

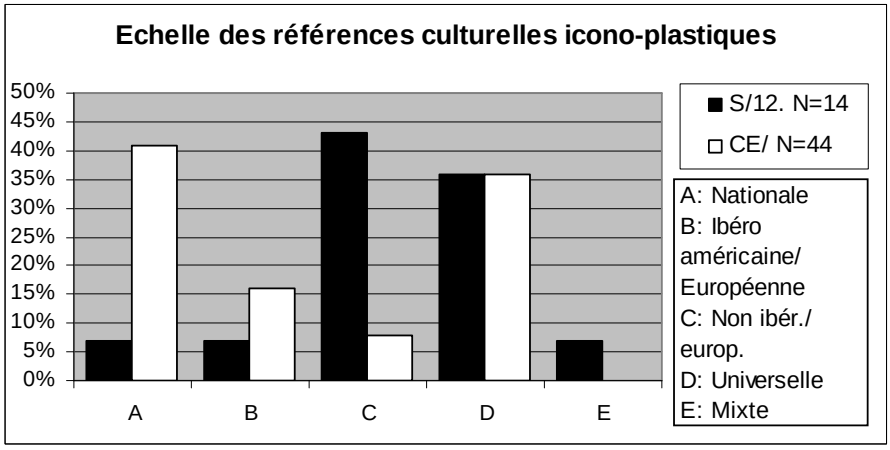


Figure 10.32. Distribution des références culturelles icono-plastiques dans les images de S/12 et du CE comparées, selon leur échelle.

La Figure 10.33. (a) montre que la grande majorité des références visuelles (93%) opère d'une manière directe dans les images [voir par exemple, la Figure 10.25. (b) et la Figure 10.31.(a)] contre 7% des cas, où elles les font de manière indirecte. Aucune des références qui sont présentes dans une même image ne combine le mode direct et indirect. Quant aux savoirs mobilisés (voir la Figure 10.34.), les résultats sont équivalents aux précédents, avec les mêmes pourcentages : savoir populaire, 93% ; savoir cultivé ou spécialisé, 7%. La tendance observée entre le corpus d'application et le corpus de référence est la même pour les deux dimensions que l'on vient de décrire.

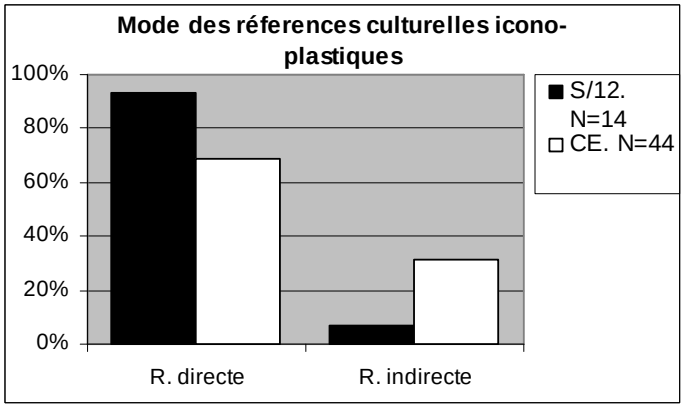


Figure 10.33. (a) A gauche, distribution des références culturelles icono-plastiques dans les images de S/12 et du CE comparées, selon leur mode d'opérer. **(b)** A droite, caricature publiée le 15/07/1989 dans la page 2 de S/12.

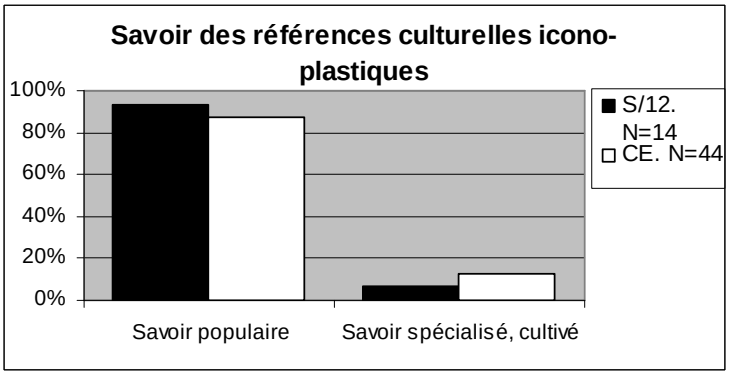


Figure 10.34. Distribution du savoir des références culturelles icono-plastiques dans les images de S/12 et du CE comparées.

De même que dans le corpus composé d'images du CE, les références linguistiques sont plus nombreuses que les icono-plastiques dans S/12. Plus d'une image sur deux mobilise des connaissances non directement liées au fait de l'actualité traité. Dans le cas des thématiques de ces références, la Figure 10.35. montre que la catégorie qui réunit le pourcentage le plus élevé se réfère à la géographie, l'histoire et les institutions. Ensuite il faut mentionner les cas qui combinent au moins deux références différentes dans les images (25%), la densité des connaissances externes mixtes étant plus importante dans les signes linguistiques que dans les signes icono-plastiques. La Figure 10.33.(b), dans laquelle Carlos Menem est représenté comme un chanteur, sert à illustrer les cas mixtes : il y a des références à des chansons de Queen et donc à l'anglais, ainsi qu'à la chaîne de radio nationale LRA, dont les sigles se trouvent dans le microphone.

La troisième place correspond aux références à des langues étrangères, notamment à l'anglais [un exemple est la Figure 10.25.(b)], et aux expressions langagières qui ne peuvent pas être classées comme des métaphores figées (17%). Puis on trouve les références aux médias ainsi qu'aux jeux et sports -particulièrement au football- à cause de l'insistance de S/12 de traiter la participation de Carlos Menem dans un match à des fins caritatives (8% respectivement). De même que pour les titres de S/12, nous n'avons pas détecté des références artistiques ni philosophiques. Ce résultat marque une différence par rapport au corpus du CE. Le nombre considérable de références artistiques dans ce dernier répond sûrement au vaste et historique bagage culturel de la France, très présent chez les français

cultivés. Dans la Figure 10.35. on voit que la distribution des catégories dans les deux corpus est assez semblable, à l'exception des thématiques liées aux arts, à la philosophie et à des disciplines voisines, et de la catégorie mixte.

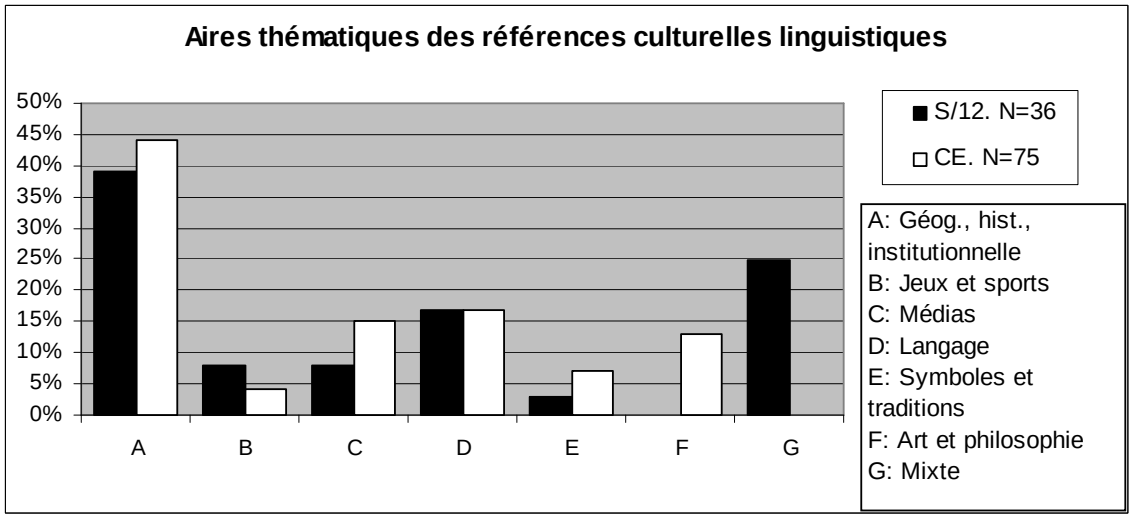


Figure 10.35. Domaines traités dans les références culturelles linguistiques dans les images de S/12 et du CE comparées.

A partir de la Figure 10.36., on observe que les références nationales sont les plus importantes (39%) dans le corpus de S/12, en rapport notamment avec des références historiques. Ensuite on trouve les références non ibéro-américaines (25%), mixtes (14%) et ibéro-américaines et universelles (8% chacune). Cela marque une différence notable avec les références icono-plastiques, où l'échelle non ibéro-américaine est, de loin, la plus importante. Comparativement avec le CE, il n'y a pas de différences significatives.

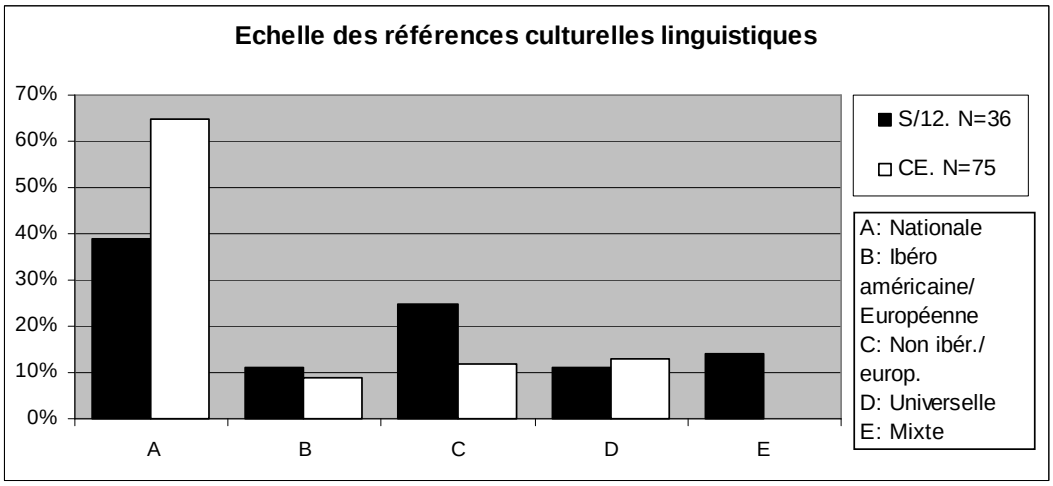


Figure 10.36. Distribution des références culturelles linguistiques dans les images de S/12 et du CE comparées, selon leur échelle.

La tendance observée pour le mode de fonctionnement des références linguistiques est équivalente dans les deux corpus (voir la Figure 10.37.), le mode direct étant plus habituel que le mode indirect. Or, si l'on compare les références visuelles et verbales de S/12, on constate une proportion plus grande du mode indirect dans ces dernières. Il semble plus difficile de mobiliser des connaissances de manière implicite dans les signes icono-plastiques.

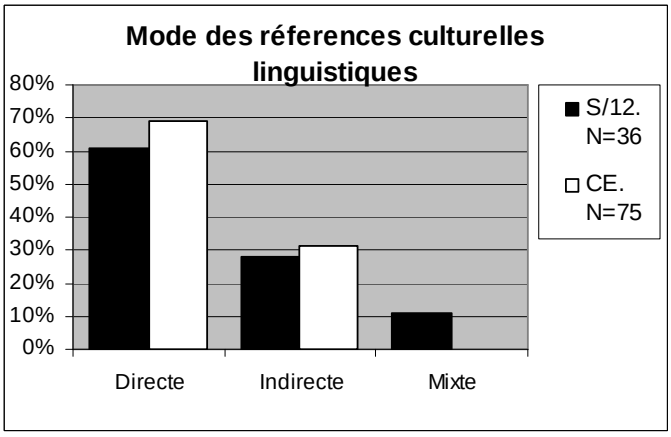


Figure 10.37. Distribution des références culturelles linguistiques dans les images de S/12 et du CE comparées, selon leur mode d'opérer.

Quant aux savoirs mobilisés (voir la Figure 10.38), la distribution dans les deux corpus –argentin et français- est statistiquement différent (p=0.002), avec une sur-représentation des références populaires pour S/12 (75%) et une sur-représentation des références cultivées ou spécialisées (52%) pour le CE. Les dessinateurs de ce dernier jouent donc avec un savoir plus érudit, adressé à un lectorat connaisseur.

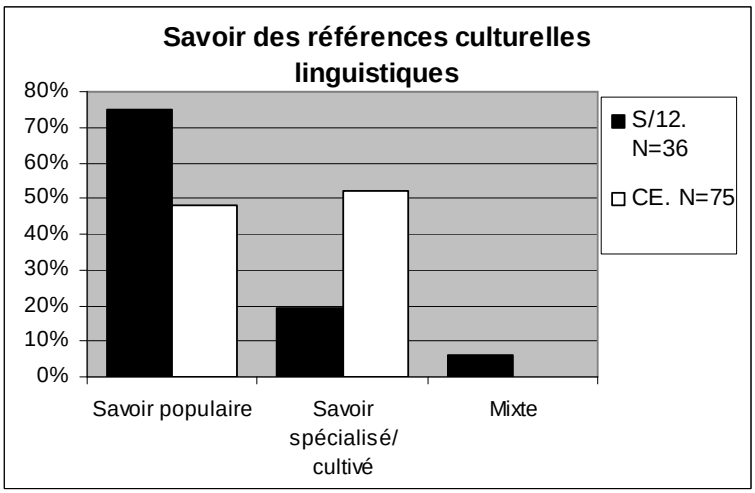


Figure 10.38. Distribution du savoir des références culturelles linguistiques dans les images de S/12 et du CE comparées.

10.1.4 Tendance observée des comparaisons réalisées

Notre parcours comparatif met en évidence l'opérativité du système catégoriel construit pour l'analyse des images satiriques car toutes les dimensions construites initialement pour l'étude du corpus de référence ont pu être appliquées au corpus de S/12. Ils ne sont pas très nombreux, les cas où nous n'avons pas détecté certaines catégories d'analyse, et l'ajout de nouvelles catégories se limite aux cas où il y avait plus d'une référence culturelle icono-plastique ou linguistique par image. Cette catégorie a été nommée *mixte*.

Comme dans le chapitre précédent, le Tableau 10.2. présente, d'une façon synthétique, le comportement des dimensions de contenu et de forme du corpus de S/12 par rapport à celui du CE. Les numéros entre parenthèses rendent compte des catégories absentes dans le journal

argentin, en considérant le total des catégories de la dimension. Ainsi, pour la dimension qui porte sur les personnages auxquels on fait référence dans les images, 4/12 signifie que quatre des douze catégories du CE, n'ont pas été repérées dans S/12. Ensuite, nous décrivons les catégories qui ont été incorporées. Dans les cases vides, il n'y a aucun changement à signaler.

La colonne identifiée comme « Distribution des deux corpus » indique la tendance globale observée pour chaque dimension de contenu et de forme sur la base de trois indicateurs : 1) l'interprétation de la distribution des fréquences des deux corpus pour chaque dimension (graphiques de Figure 10.2. à Figure 10.38.) ; 2) l'application du test χ^2 au total de catégories considérées pour chaque dimension ou bien à une sélection des catégories, en écartant du calcul les cases à fréquence très faible [à l'instar des conditions d'application de ce test (voir Hinton, 1995) ; 3) du calcul de l'écart résiduel standardisé. A l'issue de la procédure comparative, la distribution des deux corpus peut être qualifiée comme *similaire* ou *différente*. Pour les cas où la différence est statistiquement significative, ces résultats sont soulignés. Les cases vides sont réservées pour les cas où il n'y a pas une tendance claire et donc ce n'est pas possible de parler de similarité ou de différence.

Toutes les dimensions de contenu -sauf les thématiques des images- présentent des différences considérables entre le corpus d'application et le corpus de référence. Cela n'est pas étonnant car les résultats obtenus pour les titres et images du CE ont mis en évidence une dépendance de ces dimensions envers le contexte historique. Il s'agit des dimensions très directement liées au contexte politique ainsi qu'à la personnalité de l'homme politique étudié. En revanche, ce n'était pas évident de détecter une similarité si importante dans les procédés qu'un journal et l'autre mettent en place pour, d'une part, produire de l'humour et de la satire, et d'autre part, construire une image critique des hommes politiques en question. En effet, 14 des 23 dimensions se comportent d'une manière semblable dans les deux corpus contre six cas où la tendance est différente (la prise de parole, le décor, la position énonciative, le nombre de figures rhétoriques icono-plastiques, l'échelle des références culturelles icono-plastiques, et les types de savoirs mobilisés dans les références culturelles linguistiques). Il y a trois dimensions où les patrons de proximité et de distance sont plus équilibrés (les thématiques, les gestes, la proxémique et la variété de figures rhétoriques icono-plastiques).

	MACRO-DIMENSION	DIMENSIONS D'ANALYSE	NOMBRE DES CATEGORIES ABSENTES ET DESCRIPTION DES NOUVELLES CATEGORIES	DISTRIBUTION DES DEUX CORPUS
DIMENSIONS DE CONTENU (le *quoi*)		Personnages	(4/12) *Journalistes* différentié des *citoyens*	DIFFERENT
		Thématique abordée	(2/9)	
		Rapports de personnages		DIFFERENT (p=0.0075)
	Traits de caractère	Nombre des traits négatifs et positifs par image		DIFFERENT (p= 0.0029)
		Variété de traits négatifs	(1/14)	DIFFERENT
		Variété de traits positifs	(10/14)	DIFFERENT

	MACRO-DIMENSION	DIMENSIONS D'ANALYSE	NOMBRE DES CATEGORIES ABSENTES ET DESCRIPTION DES NOUVELLES CATEGORIES	DISTRIBUTION DES DEUX CORPUS
DIMENSIONS DE LA FORME (le *comment*)	**Représentation visuelle du personnage**	Actions		SIMILAIRE
		Posture du corps		SIMILAIRE
		Activités réalisées	(1/6)	SIMILAIRE
		Expressions faciales des émotions	(3/8)	SIMILAIRE
		Gestes		
		Prise de parole		DIFFERENT (p<0.001)
		Vêtements		SIMILAIRE
		Décor	(2/7)	DIFFERENT (p=0.003)
		Proxémique		
		Position énonciative	(1/6)	DIFFERENT (p=0.0002)
		Registre de langue		SIMILAIRE
	Figures rhét. Icono–plast.	Nombre		DIFFERENT (p<0.005)
		Variété		
	Figures rhétoriques linguist.	Nombre		SIMILAIRE
		Variété		SIMILAIRE
	Références culturelles Icon –plast.	Thèmes	(2/6) Création de la catégorie *Mixte*	SIMILAIRE
		Echelles	*Européenne* devient « *Ibéro-américaine* *Non européenne* devient *Non ibéro-américaine* Création de la catégorie *Mixte*	DIFFERENT (p=0.0003)
		Modes		SIMILAIRE
		Types de savoirs mobilisés		SIMILAIRE
	Références culturelles linguist.	Thèmes	(1/6) Création de la catégorie *Mixte*	SIMILAIRE
		Echelles	*Européenne* devient « *Ibéro-américaine* *Non européenne* devient *Non ibéro-américaine* Création de la catégorie *Mixte*	SIMILAIRE
		Modes	Création de la catégorie *Mixte*	SIMILAIRE
		Types de savoirs mobilisés	Création de la catégorie *Mixte*	DIFFERENT (p=0.002)

Tableau 10.2. Catégories absentes et introduites dans le corpus d'application, et comportement général des dimensions des deux corpus comparés.

10.2 Conclusions

Comme pour le cas des titres de S/12, le système catégoriel élaboré initialement pour le corpus de référence s'est avéré être opérationnel pour les images constituant le corpus

d'application, qui est composé de 65 images, distribuées de manière équilibrée entre les périodes de 1989 et 1995. Seulement quelques peu de catégories identifiées dans le CE n'ont pas été retrouvées dans S/12 : les catégories mixtes et celles qui se réfèrent au Président avec son Vice-Président (Premier Ministre pour le cas français) ou avec sa famille, parmi les personnages représentés ; les actions militaires et les affaires de corruption dans les thématiques abordées ; un trait de caractère négatif et plusieurs positifs ; la catégorie qui se réfère à la représentation du personnage en repos ou en train de manger ; les expressions *fâché* et *surpris* ; la maison et le contexte fictif, parmi le décor ; les phrases impératives des modalités énonciatives ; les renvois à l'art et la philosophie dans les références culturelles icono-plastiques et à l'art et la philosophie dans les références linguistiques. De même, nous avons dû créer une seule catégorie pour classifier un cas particulier d'images, dans lesquelles opéraient deux ou trois références culturelles de façon simultanée. Ce constat général - opérationnalité du système catégoriel- s'explique sans doute par la richesse du corpus de référence, qui nous a mené à créer un système catégoriel de grande diversité et complexité.

De même que pour les titres, l'étude comparative du corpus de S/12 et du CE a mis en exergue que les dimensions de contenu tendent à être différentes alors que les dimensions de forme tendent à être similaires entre elles. L'analyse des titres et des images de l'hebdomadaire français avait indiqué une dépendance des dimensions de contenu au contexte temporel tandis que les dimensions de forme s'y montraient invariables. Nous considérons que ces résultats sont d'une grande cohérence, nous permettant alors de les valider et les juger comme bien-fondés.

L'analyse comparative a fait possible de démontrer que les dimensions créées pour rendre compte des procédés utilisés dans le discours satirico-humoristique étaient pertinentes, du moment où il n'y a que très peu de différences dans le système catégoriel des deux corpus. En plus, nous avons pu constater que ces procédés se comportent d'une manière semblable dans S/12 et le CE, ce qui offre des fondements puissants envers la validité de notre hypothèse générale autour de l'existence d'une grammaire commune de procédés satiriques et humoristiques, une grammaire qui soit indépendante des contextes historiques et culturels.

Les caricatures et *strips* qui se réfèrent au président Menem portent notamment sur les élections, sur des actions gouvernementales et diplomatiques. Le haut pourcentage des thématiques mixtes confirme la tendance identifiée dans les images du CE : la combinaison de deux sujets dans une même image s'avère être très viable pour, entre autres, obtenir un effet comique. Cette procédure se correspond aussi avec l'esprit de condensation et synthèse propre du dessin de presse, parmi lesquels se trouve la caricature politique.

S/12 opte en général pour un sujet dominant qu'il traitera au long des pages du même numéro, en focalisant sur diverses facettes. Ce choix éditorial donne bien évidemment une homogénéité thématique plus grande dans chaque numéro, mais cela ne veut pas dire qu'il n'y aura pas d'allusions à des sujets traités précédemment et non explicitement en rapport.

Les auteurs satiriques représentent davantage le chef de l'Etat avec des journalistes et des conseillers politiques et moins avec des représentants politiques. Dans presque un tiers des images, le personnage n'est pas dessiné –une différence considérable par rapport au CE-, c'est-à-dire que l'on parle souvent de lui, au-delà du fait qu'il soit le protagoniste de la situation recréée. Les auteurs satiriques lui représentent plus souvent parmi des collaborateurs

que des antagonistes, ce qui nous mène à penser qu'il y a peu d'accent mis sur le débat politique.

Il a été étonnant de découvrir qu'une bonne partie des traits qui font partie de l'image qui s'est édifiée et circule dans l'opinion publique autour de Carlos Menem est déjà présente dans les premières images publiées par S/12 au début de son premier mandat en 1989. Celle d'un personnage maladroit, peu instruit, frivole, qui aime le monde du spectacle, qui aime s'exposer publiquement et est charismatique. A ce sujet, la surdimensionnalisation (hyperbolisation) dans le traitement que le journal a fait de la participation du Président dans un match sportif a été centrale pour construire cette image. Son goût pour le sport –il est aussi connu pour sa pratique du golf- a contribué dans l'image de frivole mais aussi de quelqu'un de dynamique. Carlos Menem est présenté comme efficace et populaire, à cause des élections qu'il a gagnées. Dans la période de 1995, il est très souvent représenté avec des journalistes. Ce choix de la part des dessinateurs n'est pas hasardeux : le président Menem se sert des médias et fait de ceux-ci son milieu d'action. Le trait manquant est celui de malhonnête, en dépit des affaires douteuses qui lui ont entouré, depuis la moitié de son premier mandat. De fait, aucune des images analysées ne porte sur ce sujet. Ceci doit correspondre en partie au choix des périodes prises en considération.

Les images sur Carlos Menem sont assez conservatrices dans le sens où dans la plupart des cas, le chef de l'Etat est dessiné en tant que tel, et il n'y a pratiquement pas de situations fictives dans lesquelles il est inséré. Dans la plupart des cas, il est en train de travailler, en costume, cravate et chemise, sérieux et debout. Il faut dire que Carlos Menem est parfois dessiné comme un jouer de football mais compte tenu de sa participation réelle dans un match de football, cette situation n'est pas tout à fait fictive.

Le style des dessinateurs de S/12 semble être un peu plus ancré dans le réel que celui des dessinateurs du CE, encore qu'il faille avoir en considération que la représentation de Jacques Chirac avec des tenues et dans des contextes fictifs est surtout exploitée par Cabu. En réalité, la représentation graphique des deux Présidents est étonnamment similaire. Et nous disons *étonnamment*, puisque comme il s'agit de deux hommes politiques avec une conduite et une personnalité différentes, nous nous attendions à retrouver davantage des différences. Ni leurs vêtements, ni leurs gestes, actions ni expressions faciales, sont très distincts. Ces hommes sont avant tout dessinés dans leurs fonctions publiques, dans des contextes et comportements attendus. Le comique et l'humour ne passent pas de manière particulière par la représentation que l'on fait d'eux. La critique que l'on fait d'eux non plus. Cette idée nous mène à formuler comme hypothèse pour des recherches futures, que le fait d'étudier les images qui portent sur un autre Président en France ou en Argentine ne fournirait pas de résultats si différents dans leur représentation graphique.

Le comique et l'humour ainsi que le regard de dénonciation semblent se fonder notamment sur le jeu linguistique instauré. Cette « rupture du déterminisme » (Fourastié, 1983), cette incongruité source du risible, est-elle avant tout mobilisée par le verbal ? Nous aurons l'occasion de revenir sur cette question capitale dans le chapitre 11.

Que se passe-t-il par rapport aux figures rhétoriques et aux références culturelles utilisées ? Est-ce qu'il y a des différences considérables ? Si nous nous focalisons sur les figures identifiées, nous constatons une plus grande densité et variété des figures icono-plastiques dans les images du CE, c'est-à-dire qu'une caricature ou un *strip* contient plus des

procédés dans le journal français que dans son pair argentin. Au contraire, le nombre de combinaisons des figures linguistiques ne diffère pas de manière significative dans les deux journaux encore que l'on perçoive une diversité majeure des figures dans le CE.

Par rapport aux types de figures identifiées dans S/12, les résultats montrent une prédilection pour les figures de pensée, tout particulièrement pour l'allusion, autant dans les signes icono-plastiques que dans les signes linguistiques. En plus de l'allusion, il faut mentionner aussi les métaphores créatives et les figures de répétition, très présentes dans les deux types de langage. Ces résultats mettent en lumière le fait que les images satiriques de S/12 travaillent particulièrement sur les idées, au lieu de se centrer sur les jeux de mots ou les analogies visuelles. Ce sont des procédés plus discursifs, macroestructurales, et par conséquent, moins limités à une phrase ou à un énoncé visuel. Nous approfondirons cette idée dans le chapitre 11.

Dans le cas des références culturelles, le nombre détecté par image est proportionnellement supérieur dans S/12, ce qui nous a mené à créer la catégorie *mixte*. Comme pour le CE, la mobilisation des références symboliques et conventionnelles dans la partie icono-plastique des images semble être très opérationnelle dans le processus de production de sens. De l'ensemble des données obtenues, nous voudrions revenir sur l'absence des références artistiques et philosophiques dans S/12 –absentes également dans les titres-, qui sont au contraire assez utilisées par le CE. Cette différence peut s'expliquer par le vaste et riche bagage culturel français.

Nous voudrions aussi signaler l'importance des références non-ibéroaméricaines, qui sont plus récurrentes dans les images qui portent sur la visite du président Menem aux Etats-Unis, maintes fois mentionnée. Ceci permet de formuler l'hypothèse d'un lien entre le sujet des images et le type de référence culturelle utilisé.

De même que dans le corpus du CE, le mode de mobiliser les références icono-plastiques et linguistiques est avant tout explicite. Dans le cas de S/12, les savoirs répondent davantage à un bagage que l'on peut considérer populaire, et donc compréhensible par un public large. Dans le CE, en échange, les références qui appellent à ce type de savoir sont au détriment des connaissances spécialisées ou cultivées. Cela pourrait obéir, entre autres, à une différence de formation des dessinateurs d'un pays et l'autre ainsi qu'à une conception différente des compétences du lectorat.

La plus grande concentration des références culturelles mise en évidence est aussi palpable dans un autre plan, centré sur le contenu et non plus sur la forme : les traits de caractère associés au personnage. Dans S/12, il y a comparativement plus de traits par image que dans son pair français, c'est-à-dire que l'on transmet davantage d'idées sur la personnalité de Carlos Menem. Or, de même que pour les références culturelles, la concentration par caricature ou *strip* peut être majeure, mais la diversité des figures, des références et des traits –positifs- est inférieure. Ces résultats suggèrent que les auteurs satiriques argentins ont un point fort dans la densité des procédés et de sens, ce qui pourrait s'expliquer, peut-être, par un travail en équipe, style *brainstorming.* En effet, les caricatures et *strips* publiés dans le journal argentin présentent une caractéristique spécifique : leurs auteurs ont travaillé, dans la plupart des cas, en équipe de deux ou trois personnes. Cela instaure une dynamique de travail spéciale, où un spécialiste du dessin collabore avec un spécialiste de l'expression écrite. En quoi cette méthode de travail répercute dans les productions satiriques ? Si de par les résultats

des références culturelles et des traits de caractère nous pouvons suggérer une majeure densité dans les images de S/12, nous devons aussi considérer une variété inférieure. Le fait de travailler à deux ou trois personnes pourrait diminuer la diversité : **quantité contre variété**. Cela ouvre les portes pour une nouvelle ligne de recherche, qui pourrait s'intéresser de plus près à la paternité individuelle ou partagée des caricatures et *strips* et leur répercussion dans le style des images satiriques.

RÉCAPITULATIF DE LA TROISIÈME PARTIE

Au cours de cette troisième partie, nous avons mis à l'épreuve un système de catégories complexe, conçu pour rendre compte d'une grande diversité de dimensions qui interviennent dans les titres et les images satiriques. Nous avons réalisé un travail analytique qui nous a permis de connaître le comportement des catégories d'analyse d'une façon privilégiée. Pour le corpus de référence, sur lequel portent les chapitres 7 et 8, il a été nécessaire d'effectuer plusieurs analyses à une échelle micro afin de saisir des spécificités dans le comportement des catégories qui ne pouvaient pas être saisies dans les analyses globales. Nous avons alors fait une approche progressive de nos objets d'étude, à partir des analyses d'une complexité croissante.

Les analyses multivariées nous ont fourni des informations sur trois plans différents : 1) sur certains choix stylistiques opérés par le CE, 2) sur la construction du personnage Chirac, et 3) sur la façon d'interagir de certains procédés. Ainsi, en ce qui concerne le premier plan, nous avons appris que les titres de la Une sont les plus denses en procédés et que les onglets sont les plus complexes : ils représentent le plus grand défi au lecteur dans la mobilisation des connaissances étrangères à l'univers du fait d'actualité traité. Nous avons aussi confirmé l'importance des phrases exclamatives dans la chute des caricatures ou *strips* politiques et la préférence de quelques dessinateurs pour certaines figures rhétoriques ou références culturelles. A cet égard, les diverses analyses réalisées ont mis en évidence la richesse de l'hebdomadaire français par rapport au choix des dessinateurs, qui présentent des styles et des regards différents. Différence mais convergence, car les pages du CE présentent une très faible hétérogénéité. L'intervention du directeur, des rédacteurs en chef et du secrétaire général dans le choix de ce qui est publié ou non, contribue à la cohérence et l'unité par rapport au style et au traitement de l'actualité politique.

Quant au deuxième plan, les analyses ont montré, par exemple, que l'intégrité du personnage Chirac est la dimension la plus critiquée, alors que son charisme et son empathie restent les domaines où le Président caractérisé par le CE récolte le plus grand nombre d'éloges. Nous avons aussi découvert l'importance qu'a pour les dessinateurs le trait qui focalise sur l'autorité du chef de l'Etat. C'est notamment par rapport au chef du gouvernement que le trait *pourvu* ou *dépourvu d'autorité* attribué à Jacques Chirac doit être compris. Ces résultats sont parfaitement en syntonie avec ceux obtenus par Christian Delporte dans une étude réalisée sur la représentation de l'exécutif dans les caricatures du CE de 1959 à 1981 : « Le rapport dominant/dominé commande la démarche de la plupart des dessins figurant à la fois le Premier ministre et le Président ; il dicte la mise en scène, le geste, le discours. Les

dessinateurs l'expriment par le recours aux procédés les plus anciens de la caricature comme la valorisation du contraste de taille entre les hommes » (1992 : 47). Il faut pourtant signaler que même si nous avons trouvé ce procédé dans nos corpus, il n'apparaît pas avec une grande fréquence.

Par rapport au troisième plan, des résultats ont permis de constater une certaine régularité dans le comportement de quelques procédés, qui pourraient s'appliquer au-delà des objets d'étude spécifiques qui nous concernent. C'est le cas des figures de double sens linguistiques, qui interviennent simultanément avec trois ou plus de figures dans un même titre ou une même image. L'ironie linguistique des titres et des images, pour sa part, tend à apparaître seule alors que l'ironie icono-plastique opère avec d'autres figures dans la production de sens. Nous sommes tentée de penser que ces résultats nous fournissent des informations à propos du comportement général des figures rhétoriques en question, enrichissant ainsi la compréhension de ces procédés si habituels dans une grande diversité des discours.

A partir de la comparaison inter-corpus réalisée dans les chapitres 9 et 10, nous avons détecté une variabilité des dimensions de contenu, plus liées au contexte temporel et politique, et en échange, une invariance dans les dimensions de forme, qui restent stables et indépendantes des périodes et des deux contextes culturels. Dans le cas spécifique de la représentation graphique des deux personnages, nous avons appris avec une certaine perplexité la grande similitude dans la distribution de la plupart des dimensions : actions, posture du corps, expressions faciales, vêtements, entre autres. Les deux hommes politiques sont avant tout dessinés dans leurs fonctions publiques, dans des contextes et des comportements attendus. Ni le comique ni la critique ne se concentrent donc sur la représentation que l'on fait d'eux. Ces données vont dans le sens de notre hypothèse sur l'existence d'une grammaire de l'humour, sur laquelle nous reviendrons plus tard.

L'étude comparative a aussi mis en exergue la régularité dans le traitement de deux sujets différents dans une même caricature. Ce procédé sert à produire un effet comique car l'analogie nous surprend tout en défiant notre capacité de reconnaissance du lien souvent implicite entre les sujets. En ce qui concerne le rapport verbal-visuel qui opère dans l'image, nous avons détecté une bien plus importante richesse en nombre et variétés des figures rhétoriques et des références culturelles linguistiques qu'icono-plastiques. Une étude spécifique sur l'interaction du verbal et du visuel que nous présenterons dans le chapitre suivant, nous permettra de mieux comprendre le fonctionnement des deux langages.

A partir des analyses présentées dans cette troisième partie, nous avons pu tester plusieurs hypothèses de travail, sur lesquelles nous reviendrons dans les conclusions générales. Dans la quatrième partie, nous ferons plusieurs études spécifiques orientées à approfondir la compréhension et la caractérisation autant des procédés satirico-humoristiques que de l'image présidentielle de Jacques Chirac et Carlos Menem dans le CE et S/12 respectivement.

QUATRIÈME PARTIE :

Le traitement de la figure présidentielle. La construction du personnage :

Résultats d'analyse

Ces deux chapitres finaux reprennent des résultats de la troisième partie de la thèse et approfondissent, avec de nouvelles études, l'analyse sur le traitement que *Le Canard enchaîné* et *Sátira/12* font des présidents Jacques Chirac et Carlos Menem respectivement, focalisant sur les deux axes de notre problématique : le *comment* et le *quoi*.

Le onzième chapitre présente trois études indépendantes mais complémentaires qui visent à caractériser divers types de procédés satirico-humoristiques mis en œuvre dans les titres et les images des deux journaux sélectionnés. Après avoir identifié, dans le neuvième chapitre, une grande primauté de l'ironie dans les titres de *Sátira/12*, dans la première étude nous y faisons un « zoom » afin de mieux comprendre la stratégie discursive déployée par le supplément à partir de ce choix stylistique et rhétorique. La deuxième étude s'intéresse à l'interaction verbal-visuel dans les caricatures politiques des deux journaux, adoptant une approche fonctionnelle et rhétorique. Nous récupérons un modèle triadique présenté dans le troisième chapitre dans le but d'étudier quelles fonctions accomplit chaque langage et comment ces deux langages interagissent. Dans la troisième étude, nous appliquons et adaptons une classification de procédés proposée par Patrick Charaudeau (2006) aux textes verbaux et mixtes de nos corpus, que nous illustrons abondamment.

Le douzième et dernier chapitre de notre thèse porte sur le portrait que *Le Canard enchaîné* et *Sátira/12* construisent des deux Présidents, J. Chirac et C. Menem, à partir de trois axes différents. Dans le premier axe, il s'agit de tester une hypothèse de travail, qui cherche à expliquer quelques techniques adoptées par le corpus de référence lorsqu'il doit rendre compte des actions positives attribuées au Président. Dans le deuxième axe, nous approfondissons l'analyse des traits de caractère qui prédominent dans l'image satirique des deux personnages. Pour ce faire, nous jugeons nécessaire de reprendre certains traits présentés précédemment dans le but de resituer le lecteur. Dans le troisième axe, nous élargissons notre étude sur les deux personnalités politiques en incorporant des portraits plastiques et

journalistiques aux portraits satiriques. Nous proposons, enfin, de penser l'image médiatique des hommes politiques comme le résultat d'un travail de *stéréotypisation*.

Chapitre 11 :

Les recours de l'humour et de la satire politiques

« On en apprend davantage sur l'essence du comique quand on étudie les moyens qui servent à rendre comique ».

Sigmund Freud. *Le mot d'esprit et son rapport à l'inconscient*.

Nous pouvons penser le phénomène des recours des discours satirico-humoristiques comme un tout, dont on peut reconnaître quelques mécanismes de base comme le fait de s'écarter de la norme et de provoquer afin de surprendre et d'amuser, mais aussi de dénoncer et de décharger des tensions. Ce tout présente, toute de même, de multiples facettes. Notre regard s'attaquera au problème à partir de trois angles différents mais qui, dans l'ensemble, servent à présenter des traits caractéristiques de ce tout. Il s'agit de trois études indépendantes, mais complémentaires, avec des aspects convergents et divergents.

La première étude se centre sur les titres fictifs, ironiques et parodiques de S/12, qui jouent avec l'invraisemblable et servent à construire un simulacre de l'actualité politique (section 11.1.). La deuxième étude s'intéresse à l'interaction linguistique et icono-plastique des caricatures politiques des deux journaux satiriques étudiés (11.2.). La troisième, enfin, analyse minutieusement divers procédés verbaux et visuels identifiés dans les titres et images des deux corpus (11.3.).

Pour tous les trois, nous préciserons les objets analysés, les catégories travaillées et les approches méthodologiques, avant de passer aux résultats et tirer des conclusions partielles. Une conclusion générale et commune à ces trois analyses sera présentée dans la section 11.4.

11.1 Absurde, canular, ironie et parodie : piliers de l'humour écrit de Sátira/12

11.1.1 Objectifs, corpus et méthodologie

D'un point de vue sémio-linguistique, rhétorico-stylistique et énonciatif, nous étudions les recours mis en jeu dans les titres de S/12 non seulement pour critiquer, ridiculiser et disqualifier la figure présidentielle, mais aussi pour subvertir les formes et contenus propres du genre journalistique, et plus particulièrement, du quotidien dont S/12 dépend (*Página/12*). Nous analyserons certaines caractéristiques du discours du supplément, qui constituent une trame complexe et intéressante. Nous partons d'un constat déjà signalé dans le chapitre 9 (Analyse des titres de S/12) et c'est la place indiscutable occupée par l'ironie et ses variantes (antiphrase et sarcasme) dans les 36 titres de S/12 considérés. En effet, 69% des titres peuvent être perçus comme ironiques, ce qui mérite que nous nous y arrêtions afin d'analyser leur structure, fonctionnement et finalité. C'est sur ce groupe, réunissant 25 titres du corpus original, que porte cette étude.

Nous analyserons de quelle manière l'ironie de ces titres, en interaction avec d'autres figures rhétoriques telle que l'hyperbole et le paradoxe, convergent vers une intentionnalité satirique et humoristique ; nous réfléchirons sur la valeur argumentative de cette figure rhétorique dans ce type de discours ; et nous enquêterons, enfin, sur la stratégie énonciative mise en place dans les titres de S/12.

Pour atteindre nos objectifs, nous adopterons une approche qui conjugue des notions sémio-linguistiques, rhétorico-stylistiques et énonciatives et à partir desquelles nous ferons une analyse discursive de notre corpus. Comme c'est valable pour la totalité des analyses de cette thèse, nous avons rejeté la pertinence d'une analyse immanente, de telle sorte que nous avons pris en considération des éléments co-textuels et extratextuels (voir à ce sujet la section 5.2.2.). Avec la finalité d'enrichir notre analyse, nous prendrons en compte l'entretien semi-directif que nous avons réalisé avec le fondateur et directeur de S/12, Rudy (voir la section 5.4.).

11.1.2 Résultats

11.1.2.1 Appels de Une

Du total des titres qui constituent notre échantillon, 64% sont des appels de Une, c'est-à-dire des titres qui renvoient à des pages internes, où le contenu annoncé sera développé. Pourtant, S/12 ne reprend ce principe que partiellement, car non seulement il n'indique pas la page où l'on va traiter ce fait d'actualité, mais surtout, il ne le développe pas à l'intérieur du texte. Cette pratique fait partie de la stratégie parodique du journal envers la presse traditionnelle, une parodie, qui, comme nous le verrons, est nourrie d'un comique de l'absurde.

11.1.2.2 L'antiphrase

L'une des variantes de l'ironie repérée dans notre corpus est l'antiphrase, à partir de laquelle l'auteur satirique fait comprendre le contraire de ce qu'il dit. Ceci est possible de par le contrat particulier construit avec le lecteur, qui présuppose un rapport étroit et de complicité entre les deux parties intervenant dans l'acte d'énonciation (voir la section 4.5.2.).

L'exemple qui nous semble le plus intéressant est celui de la Une du 20 mai 1995 (Figure 11.1.), six jours après les élections présidentielles grâce auxquelles Carlos Menem fut réélu. Le gros titre annonce, se servant d'un ton faussement enthousiasmé, « *¡Ganamos otra vez!* » (« Nous avons gagné à nouveau! »), le nous inclusif comprenant aussi bien les membres du journal que ses lecteurs.

Le sens opposé mobilisé dans ce titre est en plus renforcé par une série de procédés présents à la Une : le nom du supplément est devenu *Sátira/95-99* (période du deuxième mandat de C. Menem) et il y a une mise en abîme à partir de laquelle la Une de ce jour-là renvoie à deux Unes précédentes du même supplément, lorsque le Président gagna les élections primaires pour postuler comme candidat à la Présidence pour le Parti Justicialiste en 1988, et lorsqu'il triompha aux élections en 1989 (voir la section 6.4.). Dällenbach nomme « récits spéculaires » les textes qui font recours à la mise en abîme. Cette opération est conçue comme un miroir interne qui réfléchit l'ensemble du récit par réduplication simple, répétée ou spécieuse. Un texte ne peut devenir réflexif que « par la relation de dédoublement qu'il avoue avec l'un ou l'autre aspect du récit »[303]. Cette procédure exige une aptitude particulière du lecteur, qui doit reconnaître le jeu réflexif établi. Ces procédés autoréférentiels utilisés par le supplément impliquent une prise de distance de l'énonciateur envers son propre énoncé, activant ainsi une auto-ironie grâce à laquelle le journal se moque de lui-même.

La caricature politique de la Une, dans laquelle le Chef de l'Etat donne une conférence de presse à la suite de sa réélection, ajoute d'autres éléments qui renforcent cet effet d'autodérision. Consulté sur le pourcentage élevé de voix du candidat de l'opposition, Carlos Menem répond que celui qui a voté pour lui est l'un « de ces groupes qui tendent à disparaître », faisant ensuite référence explicite à la classe moyenne où s'inscrivent majoritairement les auteurs et lecteurs de S/12. Ceci est un bon exemple pour illustrer comment l'ironie et l'humour peuvent être combinés dans le cadre d'un discours satirique, avec une finalité critique et de dénonciation.

[303] L. Dällenbach, cité par V. Spies. (2009). De l'énonciation à la réflexivité : quand la télévision se prend pour objet, *Semen 26, Médiaculture et médiacritique*. URL : http://semen.revues.org/document8458.html

Figure 11.1. Une de S/12 publiée le 20 mai 1995.

L'effet de dépersonnalisation caractéristique des énoncés médiatiques, et en particulier de l'humour graphique[304] est surmonté à partir de l'identification d'un groupe social donné avec l'auteur de l'énoncé, de telle sorte que ce sentiment d'indignation vécu par l'auteur s'étend vers tout un secteur. C'est seulement pour cela que nous pouvons appeler cette forme du risible *humour* (voir le premier chapitre).

L'utilisation de composantes autoréférentielles, dans les exemples que nous venons de voir aussi bien d'ironie que d'humour, met en évidence le caractère intertextuel de deux formes comiques: des discours sur des discours antérieurs cités ou auxquels on fait allusion ; imités et transformés d'une certaine façon, que ce soit par inversion, déformation, etc. Ces textes ironiques ou humoristiques peuvent être considérés comme des « faits de métacommunication », comme affirme Alain Berrendonner[305]. Le supplément établit un jeu avec le lecteur, en réfléchissant sur lui-même et en faisant une auto-parodie.

11.1.2.3 Pluralité de voix dans les titres ironiques

Si jusqu'à présent nous nous sommes occupée principalement de l'ironie en tant que figure microstructurale, nous passerons par la suite à une conception plus macro de celle-ci. Cette figure est fondée sur la confrontation de deux points de vue antagonistes. L'auteur

[304] O. Steimberg, 2001. L'auteur cite quatre raisons qui dépersonnalisent l'image de l'auteur d'une caricature : son absence physique (*carácter no presencial*) ; l'articulation de la caricature avec d'autres textes dans la page ; l'effet d'énonciation institutionnelle de la publication (voir dans ce sens le dossier de la revue *Communications et Langages* 154, 2007, L'énonciation éditoriale en question, coordonnée par Emmanuël Souchier) et enfin, l'emplacement et les caractéristiques habituelles de la caricature au sein d'un journal qui font d'elle un genre spécifique.

[305] A. Berrendonner, cité par O. Steimberg, 2001.

prétend adopter le discours adverse dans sa propre énonciation, tout en prenant implicitement une distance par rapport à celui-ci afin de le ridiculiser et le décrédibiliser. Cette stratégie de disqualification est mise en oeuvre à partir de divers procédés, dont le fait de déplacer de son contexte original une citation, ou bien de se fonder sur un autre discours (B) pour modifier le sens du discours cité (A). Ces mécanismes sont très récurrents dans la presse satirique. Un exemple de ce que nous venons de dire est le Titre 1 (voir le Tableau 11.1.). Les paroles originales prononcées par le Président, à partir desquelles il établissait une métaphore entre les mesures économiques et une opération médicale, sont brouillées par l'incorporation d'éléments grotesques –exagération et références au bas du corps.

Le croisement de voix dans les énoncés est une caractéristique de l'ironie, comme nous l'avons signalé dans la section 4.5.5. Nous avons repéré au moins trois voix différentes dans les titres ironiques, qui correspondraient à divers locuteurs. Nous réalisons cette approche en prenant en considération des marques déictiques:

1) La voix de l'auteur satirique (locuteur 1), qui, d'une certaine façon, représente implicitement la voix du journal. Elle se manifeste par un nous inclusif dans l'exemple de la Figure 11.1, ou de la deuxième personne du singulier, qui marque le fait que l'auteur interpelle le lecteur (interlocuteur): le « ne jetez pas » du Titre 2 ou le « Tenez le coup » du Titre 3 ; ou bien, comme dans la plupart des cas, d'une voix impersonnelle et neutre, très caractéristique du discours journalistique d'information (Titres 4, 10, 11)

2) La voix attribuée au président Menem (locuteur 2), introduite par des citations fictives directes (Titres 1, 5, 6, 13, 14)

3) La voix attribuée au Gouvernement (locuteur 3), introduite par la voix impersonnelle du locuteur 1 (Titres 7 et 8) ou par la première personne du pluriel pour présenter une citation fictive (Titre 9).

Du total des titres ironiques (y compris les titres antiphrastiques et sarcastiques), 56% correspondent aux discours rapportés. Ceux-ci sont présentés en adoptant trois voix différentes: la citation directe, la citation narrativisée, et l'allusion à un énoncé original.

La façon de présenter les citations directes est faite à partir d'une construction qui prétend reproduire l'énoncé tel qu'il a été émis -utilisation de deux points et guillemets-, créant ainsi un effet d'objectivité dans le traitement des informations. Dans le cas des citations attribuées au président Menem, dans 77% des titres on introduit sa voix de manière directe sans un verbe introductoire, qui renvoie à une action verbale, comme c'est le cas des autres titres: « il a dit », « il répond ». D'autre part, dans la plupart des titres, la voix du président est introduite à partir des données qui situent : le contexte dans lequel il se serait prononcé (« Menem, après avoir accueilli le révérend Moon » + citation); le sujet (« Sur l'ajustement, Menem a dit » + citation); l'état d'âme (« Menem triste » + citation).

CODE ET TYPE DE TITRE	TITRE	TRADUCTION PROPOSÉE
Titre 1 Appel de Une. 15/07/1989.	« RECTIFICACION DE MENEM Sobre el ajuste, dijo: "No fue cirugía mayor, fue proctología" »	« RECTIFICATION DE MENEM Sur le plan de rigueur, il a dit: "Ça n'a pas été une chirurgie majeure mais une proctologie" »
Titre 2 Gros titre. 12/08/1989.	« No tire su billete viejo, ahora vale 50.000 australes RENOVACIÓN SIN CAMBIO »	« Ne jetez pas votre vieux billet, maintenant il vaut 50.000 australes RENOVATION SANS CHANGEMENT »
Titre 3 Appel de Une. 22/04/1995.	« CONSIGNA ELECTORAL ¡Aguante pueblo, que en unos meses asume Menem ! »	« CONSIGNE ELECTORALE Tenez le coup, Menem arrive dans quelques mois! »
Titre 4 Appel de Une. 30/09/1989.	« MENEM Y LA FARANDULA Pretende incorporar a la Corte al elenco de "Hombres de Ley" »	« MENEM ET LES PEOPLE Il prétend incorporer à la Cour, la troupe des "Hommes de Loi" »
Titre 5 Appel de Une. 9/09/1989.	« MENEM EN MEDIO ORIENTE "El próximo Gran Premio que corra va a ser el Nobel"»	« MENEM AU MOYEN ORIENT "Le prochain Grand Prix que je vais courir sera le Nobel"»
Titre 6 Appel de Une. 10/06/1995.	MENEM, LUEGO DE RECIBIR AL REVERENDO MOON « "No sé qué tipo de líder es éste, no sabe jugar al golf" »	MENEM, APRES AVOIR ACCUEILLI LE REVEREND MOON « "Je ne sais pas quel type de leader il est, il ne sait pas jouer au golf"»
Titre 7 Appel de Une. 7/10/1989.	« VUELVE BATMAN. Se desmintió que Menem participe de un capítulo a beneficio de los niños pobres »	« BATMAN EST DE RETOUR. On a démenti que Menem ait participé dans un épisode au bénéfice des enfants pauvres »
Titre 8 Appel de Une. 13/05/1995.	« ¿MAS VOTO CUOTA? Se desmintió que a los 100 primeros votos a favor del Gobierno se les regale una yogurtera »	« ENCORE DES VOIX MENSUELLES ? On a démenti qu'on offrira une yaourtière aux premières 100 voix pour le Gouvernement, »
Titre 9 Appel de Une. 17/06/1995.	« INVESTIGACIÓN AMIA Gobierno: Ya hemos encontrado unos cuantos inocentes »	« ENQUETE AMIA Gouvernement : Nous avons déjà trouvé un certain nombre d'innocents »
Titre 10 Appel de Une. 1/07/1995.	« CASO DANIELA Menem nombraría a Gabriela Osswald embajadora en Canadá »	« CAS DANIELA Menem pourrait nommer Gabriela Osswald ambassadrice au Canada »
Titre 11 Appel de Une. 24/06/1995.	« CRISIS CON BRASIL Menem llamaría a Corea y Taiwán a formar un Mercosur paralelo »	« CRISE AVEC LE BRASIL Menem pourrait appeler la Corée et Taiwan à former un Mercosur parallèle »
Titre 12 Appel de Une. 2/09/1989.	« NUEVO EQUIPO DE BASQUET. LOS MENEMTROTTERS »	« NOUVELLE EQUIPE DE BASKETBALL. LES MENEMTROTTERS »
Titre 13 Appel de Une. 30/09/1989.	« INDULTO A CONDENADOS En EEUU, responde Menem: "No, categóricamente no, al menos durante los próximos 10 minutos" »	« GRÂCE AUX CONDAMNÉS Aux Etats-Unis, Menem répond : "Non, catégoriquement non, au moins pendant les prochaines 10 minutes" »
Titre 14 Appel de Une. 10/06/1995.	« MENEM TRISTE "Esta semana no veté ninguna ley" »	« MENEM TRISTE "Cette semaine je n'ai mis mon veto à aucune loi" »
Titre 15 Appel de Une. 26/08/1989.	« INTEGRACIÓN CON BRASIL Se inicia la campaña Menem "presidente dos brasileiros tamben" »	« INTEGRATION AVEC LE BRESIL La campagne Menem commence "presidente dos brasileiros tamben" »

Tableau 11.1. Une quinzaine des 25 titres considérés dans cette analyse, avec la version originale en espagnol et la traduction que nous proposons en français.

Dans la citation narrativisée, du style indirect, l'énoncé original du locuteur 2 ou 3 est présenté par le locuteur 1 de telle sorte que cet énoncé est totalement incorporé à la voix du locuteur 1. C'est le cas des Titres 7, 8, 10, 11 et 15. D'après P. Charaudeau (2005: 139), le locuteur de l'énoncé original (2 ou 3), « est comme phagocyté par l'instance médiatique ».

L'allusion à un énoncé original fonctionne parfois comme une citation indirecte et estompée, puisque les titres reprennent des fragments d'un discours externe mais d'une façon camouflée et en plus déformée : ces fragments sont présentés dans des contextes différents

et/ou associés à d'autres événements sans rapport apparent. Un exemple de ceci est le Titre 7, où une allusion est faite au premier discours de Carlos Menem en tant que président, en 1989 : « *Voy a gobernar para los niños pobres que tienen hambre y los niños ricos que tienen tristeza* » (« Je vais gouverner pour les enfants pauvres qui ont faim et pour les enfants riches qui sont tristes ») et auquel S/12 a fait référence à plusieurs reprises.

Un autre cas dans lequel on constate une citation indirecte mais cette fois-ci insérée à son tour, dans une citation directe, est le Titre 13, qui renvoie à un discours de la Cour Suprême où l'on affirmait « nier catégoriquement » une augmentation du nombre de membres comme proposait l'Exécutif à cette époque-là.

Si nous quantifions le type de pronoms personnels identifiés dans les titres, nous observons que 14% correspondent à la première personne du singulier (la voix du Président), 7% à la deuxième personne du singulier (la voix du locuteur 1 qui s'adresse à son interlocuteur), 7% à la première personne du pluriel (nous inclusif du locuteur 1 et nous exclusif du Gouvernement) et la plupart, 71%, à la troisième personne du singulier (voix dépersonnalisée du locuteur 1). Isolée du contexte, cette information ne s'éloigne pas trop de la titraille de la presse traditionnelle, en exceptant probablement l'emploi du nous inclusif du locuteur 1. Cependant, l'écart qui s'établit avec ce type de presse se produit à partir d'autres procédés, qui combinent l'ironie avec le canular et l'absurde.

11.1.2.4 Vraisemblable dans la forme, invraisemblable dans le contenu

Nous nous sommes consacrée jusqu'à présent à décrire quelques-uns des procédés que *S/12* met en jeu pour récréer le discours journalistique informatif sous une forme risible. Premièrement, nous avons mentionné l'emploi de la voix impersonnelle qui simule l'effet de celle qui annonce un fait, voix objectivante propre de ce type de discours. Deuxièmement, nous avons révisé quelques formes différentes pour introduire les déclarations des acteurs sociaux, que ce soit par la citation directe ou narrativisée, comme c'est habituel dans la presse. Troisièmement, nous avons fait référence dans une section précédente, aux titres qui adoptent la forme des appels de Une. Ces procédés contribuent à la construction d'un simulacre de l'information, c'est-à-dire qu'ils créent un effet de vraisemblance caractéristique du discours journalistique. Cet effet est en plus achevé par la ritualisation des formes qui servent à le constituer en tant que genre. Néanmoins, l'effet de vraisemblance est « corrompu » à partir d'un contenu fictif, absurde et ridicule. 60% des titres ironiques sont des canulars, des fausses nouvelles. Ces derniers sont constitués des paroles présumées du président Menem ou d'actions du Gouvernement, qui sont d'ailleurs clairement absurdes et invraisemblables. Dans ce sens, le regard ironique ou parfois sarcastique du supplément s'appuie souvent sur l'hyperbole, en exagérant un fait jusqu'à l'absurde. C'est le cas, par exemple, des Titres 6 et 10[306].

A la liste présentée plus haut où nous mentionnions quelques procédés dans le traitement de l'information que *S/12* prends du discours journalistique, il faut ajouter l'emploi

[306] Le cas de Gabriela Osswald a fait la Une de plusieurs médias de l'époque. Il s'agissait d'un couple argentin résidant au Canada qui luttait pour la garde légale de leur fille Daniela. Le fait a gagné notoriété lorsque la mère décida de partir en Argentine avec sa fille pour que ce soit la justice de ce pays celle qui définisse la garde légale de la fille. Le cas attira l'attention même du président Menem. *S/12* exagère d'une manière absurde les essais d'ingérence du Gouvernement sur un sujet qui ne concerne point l'Exécutif.

du conditionnel -comme nous venons de voir dans le Titre 10, ou dans le Titre 11-, ainsi que l'expression « on a démenti que », des Titres 7 et 8. A partir du conditionnel, le journal prend de la distance par rapport à la véracité de la déclaration annoncée, en explicitant l'attitude énonciative du locuteur 1 (Charaudeau, 2005: 141). Dans le cas de l'expression « on a démenti que », il s'agit de mettre fin à des rumeurs qui circulent dans l'opinion publique. Ce procédé intervient comme une double fausse nouvelle puisque non seulement ce qui est démenti est fictif mais l'est aussi le fait de démentir. S'agissant de propos absurdes, aussi bien les titres du conditionnel que ceux qui démentent quelque chose sont risibles et ils mettent en relief, encore une fois, l'intention parodique du supplément envers les journaux traditionnels, dont on trouve évidemment l'organe auquel il appartient, *Página/12*. De même que lorsqu'il est né, *Página/12* s'est rebellé contre la tradition journalistique à partir d'un traitement différent de l'information ; en combinant l'irrévérence, l'humour, la satire et l'ironie ; en proposant un jeu verbal et visuel au lecteur -particulièrement à la Une- et en consacrant une place importante à des sujets différents (Pedrazzini, 2004 ; Ulanovsky, 1997). *S/12* continue avec cette ligne subversive, avec un discours invraisemblable et provocateur.

La présentation d'un contenu fictif, absurde et ridicule sert à disqualifier le Président, et son effet est d'autant plus puissant par le fait que ce contenu renvoie, en réalité, à des événements qui ont effectivement eu lieu : Carlos Menem n'a pas participé à un épisode de Batman mais il a bien participé à un match de football à des fins caritatives et il a joué avec Diego Maradona avant de commencer son mandat en 1989 (Titres 7 et 12); il a fait de la course automobile dans sa jeunesse (Titre 5); il a essayé d'avoir une incidence sur le nombre de membres de la Cour de Justice (Titre 4); il a mis son veto à certaines lois (Titre 14), il a parlé de « chirurgie majeure » en faisant référence aux mesures économiques prises (Titre 1). D'autre part, l'idée d'offrir une yaourtière à celui qui vote au Gouvernement (Titre 8) est dérisoire, encore qu'il soit difficile de nier l'existence du clientélisme en Argentine. De par cette action, un réseau complexe de textes est entretissé, renvoyant à des textes antérieurs, dont certains sont construits sur la base des faits concrets encore que déformés. D'autres renvoient à des références culturelles externes à l'univers de l'énoncé tels que des émissions télévisuelles ou des équipes sportifs.

La moitié des titres ironiques jouent avec le comique de l'absurde et parmi toutes ses variantes, la plupart s'encadre dans ce que P. Charaudeau (2006) nomme « incohérence paradoxale » (voir la section 1.4.5. et plus bas, la section 11.3.). C'est pour cela que l'on peut expliquer la relative récurrence du paradoxe dans les titres de S/12 (voir le chapitre 9). Dans ce sens, il est pertinent de faire ici mention aux paroles du fondateur de *S/12*, Rudy, qui, consulté sur l'existence d'une ligne éditoriale, a dit : « La ligne est de critiquer la certitude, de quoi que ce soit ». « Je n'aime pas la blague qui soutient un certain conformisme. Je n'ignore pas non plus ce conformisme. Je ne crois pas non plus qu'il faille le justifier. Mais il faut le mettre en doute. (…) Je crois qu'en tout cas notre grand symbole, c'est un signe d'interrogation »[307].

Le paradoxe lutte contre les lieux communs, il met en question ce qui est normalement accepté. Sa force principale vient de la surprise qu'elle suscite, et cette particularité

[307] Phrase originale citée: « La línea es criticar la certeza, de lo que sea ». « No me gusta el chiste que sostiene cierto conformismo. Tampoco lo ignoro a ese conformismo. Tampoco creo que lo tengas que justificar. Pero sí tenés que ponerlo en duda. (…) Yo creo que en todo caso nuestro gran símbolo, es un signo de pregunta ».

l'approche de surcroît aux discours comiques. D'autre part, cette figure favorise un rapport de connivence parce qu'elle appelle à l'intelligence de l'interlocuteur. Le paradoxe, comme Rudy, semblerait dire au lecteur: « tu ne peux pas te fier des apparences, penser comme tout le monde » (Reboul, 1993: 89-90). Selon Reboul, les vrais paradoxes excluent les lieux communs pour les substituer, en allant de l'apparence à l'essence. Dans certains cas, nous croyons qu'il existe un tel sens caché dans l'absurde de *S/12*, comme dans le Titre 9[308]. Chercher des innocents est absurde, cela va à l'encontre de l'attendu, mais il se peut qu'avec cela on veuille dire que le Gouvernement ne se comporte pas de manière transparente ni honnête en quête de la vérité.

L'absurde dépasse les limites du vraisemblable. Il est perçu comme contraire à la raison, au sens commun, et on l'utilise même parfois comme quasi-synonyme de l'impossible, de ce qui ne peut ou ne devrait pas passer (*TLFi*). Dans l'entretien avec Rudy, il a dit que *S/12* opte pour l'absurde afin de rendre compte d'une réalité qu'il considère absurde. Dans l'éditorial du 27 mai 1995, il a écrit : « Il ne nous manque pas des sujets, lecteur. Ce qui nous manque c'est le fait de comprendre ces sujets, lecteur »[309]. Le recours à l'absurde permet en plus au supplément de parodier *Página/12*. « Ce que le quotidien montre sérieusement, nous le montrons d'une manière absurde. Le petit côté absurde des choses », a déclaré Rudy[310].

11.1.3 Conclusions partielles

De tous les groupes de figures rhétoriques, les figures de pensée sont les plus habituelles dans les titres de *S/12*, représentant 59% des cas. Comme son nom l'indique, elles dépendent plus des idées que des mots, c'est-à-dire qu'elles ne sont pas centrées dans leur sémantique, syntaxe ou morphologie, mais se développent à un niveau plus vaste, macrostructural, en suivant la terminologie de G. Molinié (1992, 1993).

A l'instar de la distinction effectuée par P. Charaudeau (2006) entre des procédés linguistiques et discursifs, le style satirico-humoristique des titres de *S/12* est plus global en ce qu'il incorpore de manière récurrente d'éléments extratextuels, souvent sans rapport avec le fait de l'actualité traité. Il est moins centré sur l'explicite des signes, sa forme et/ou son sens, comme c'est le cas des procédés linguistiques.

Le recours aux figures rhétoriques a lieu dans un contexte où les codes du risible sont prédominants, et dans ce sens, chaque figure contribue à diverses finalités. L'allusion et l'ironie interpellent le lecteur, construisant un lien étroit avec lui; elles jouent avec l'implicite, renvoyant à un vaste bagage culturel. Et à cet égard, les lecteurs qui rient ou sourient davantage sont les plus réceptifs de ces jeux indirects, ceux qui sont plus informés et instruits. Le paradoxe accomplit un rôle important dans le comique de l'absurde, en défiant les certitudes et l'opinion commune. Toutes ces figures, ensemble avec la syllepse, la métaphore, l'hyperbole et d'autres, peuvent servir à attirer et amuser, si les éléments intervenant dans

[308] « L'Enquête AMIA » fait référence à l'enquête judiciaire menée à cause de l'attentat perpétué le 18 juillet 1994 à Buenos Aires, où une voiture piégée fit exploser le bâtiment siège de l'Association Mutuelle Israélite Argentine (AMIA) et la Délégation des Associations Israélites Argentines (DAIA), tuant ainsi 85 personnes et laissant 300 blessés ainsi qu'un bâtiment entièrement en ruines (voir la section 6.5.).

[309] Phrase originale citée: « No nos faltan temas, lector. Lo que nos falta es entender esos temas, lector ».

[310] Phrase originale citée: « Lo que el diario muestra en serio, nosotros lo mostramos absurdamente. El ladito absurdo de las cosas ».

l'acte comique, c'est-à-dire la situation énonciative, les sujets participants, la thématique et les procédés (Charaudeau, 2006), sont combinés pour produire un tel effet. Associées à d'autres recours du linguistique, les figures rhétoriques permettent en plus à *S/12*, de rire de soi même, en incorporant dans sa stratégie discursive des composants métatextuels et autoréférentiels. A partir de ses titres, le supplément se moque de son malheur -qui est aussi partagé avec le lecteur- avec un regard humoristique des choses, en prenant de la distance affective et en faisant passer catharsis avant moralité.

S/12 tourne aussi en dérision la presse traditionnelle, qu'il parodie et dont il fait des pastiches, en récupérant quelques procédés propres du genre journalistique, comme la manière de titrer, de citer, de démentir, l'emploi du conditionnel et la voix impersonnelle. Grâce à ces instruments, parmi d'autres, le journal construit un simulacre des nouvelles politiques considérées, un simulacre, puisque le canular, l'absurde et l'ironie deviennent des éléments structuraux de son style.

11.2 L'interaction linguistique et icono-plastique dans la production des caricatures politiques dans Le Canard enchaîné et Sátira/12

11.2.1 Objectifs et corpus

Partant de la caricature politique comme un discours hybride et mixte, au point de devenir symbiotique, car elle conjugue d'information et d'opinion, des procédés linguistiques et icono-plastiques (voir les sections 3.3. et 4.3.2.), nous avons réalisé une étude fonctionnelle et rhétorique sur la façon dont ces procédés interagissent dans la production de ce type d'image satirique. Quatre objectifs spécifiques servent de cadre dans cette recherche. Les voici:

- Etudier les diverses formes dont les langages verbal et visuel interagissent dans le processus de production de sens. En particulier,
  - Distinguer et conceptualiser des fonctions spécifiques de chaque langage et évaluer leur présence relative dans les corpus
  - Identifier les figures rhétoriques utilisées dans chaque langage et leurs modes de combinaison
- Analyser si –et dans le cas positif, dans quel degré- ces formes d'interaction varient dans les deux journaux satiriques considérés.
- Analyser si –et dans le cas positif, dans quel degré- ces formes d'interaction varient selon les auteurs de ces deux journaux.

Nos corpus sont constitués exclusivement des caricatures politiques qui présentent des signes linguistiques et icono-plastiques en interaction. Comme nous l'avons fait pour les chapitres 9 et 10, nous avons retenu deux périodes équivalentes pour le CE et S/12 : le début du premier mandat présidentiel de Jacques Chirac et Carlos Menem, la campagne de réélection, et le début de leur deuxième mandat. En total, nous avons travaillé avec 276 caricatures politiques, dont 220 correspondent au corpus de référence et 56 au corpus d'application.

11.2.2 Méthodologie

11.2.2.1 Processus de catégorisation et codification

Ayant dans l'esprit les objectifs détaillés précédemment, nous avons établi quatre dimensions d'analyse. Les deux premières s'intéressent à l'interaction entre les langages verbal et visuel dans la production de sens. L'une adopte un point de vue fonctionnel et l'autre un point de vue rhétorique. La troisième et la quatrième dimensions précisent cette approche rhétorique en focalisant sur les groupes de figures mises en place dans un ou autre langage. La dénomination abrégée de chaque dimension que nous utiliserons dorénavant, apparaît entre parenthèses.

Dimension I: Interactions fonctionnelles entre le linguistique et l'icono-plastique (Fonctions L-IP). Cette dimension d'analyse se centre sur l'interaction entre les deux langages selon les fonctions spécifiques qu'ils accomplissent dans le processus de production de sens, en prenant en compte l'intervention de chaque langage pour la mise en place de trois composantes basiques du modèle triadique proposé pour l'étude de la caricature politique : l'identification du personnage, la présentation du fait d'actualité et la création de la situation imaginaire (voir la section 3.3.5.). Nous avons délimité cinq catégories analytiques, encore qu'il faille dire qu'elles s'inscrivent dans un continuum étant donné l'existence de divers nuances et degrés. Les catégories (présentées de manière synthétique dans le Tableau 11.2.) sont les suivantes:

1. Jeu linguistique, ancrage icono-plastique (Forme abrégée: Jeu L). Le linguistique présente une situation imaginaire et identifie de manière explicite ou implicite le fait d'actualité. L'icono-plastique se limite à identifier le ou les personnages à partir d'une représentation ritualisée selon un style propre de l'auteur. La posture corporelle et la gestualité sont congruentes avec la situation imaginaire exprimée dans le linguistique (par exemple, des sourcils foncés et des poings fermés pour signifier de la colère ou de la tension, etc.). Dans certaines occasions, le linguistique contribue aussi à identifier le personnage, en le nommant. L'éventuel scénario représenté graphiquement, qu'il corresponde à des lieux publiques ou privés, est prévisible et compatible avec l'image du personnage de telle sorte qu'il ne fournit pas d'éléments substantiels dans l'engendrement de l'effet comique (bureau présidentiel, salle de conférence ou de réunions, prendre le petit-déjeuner).

Dans les catégories qui suivent, l'icono-plastique ne se limite pas à identifier le/les personnage/s à partir d'une représentation ritualisée ; il accomplit aussi d'autres fonctions

dans le processus de production de sens.

2. Jeu linguistique, illustration et renforcement icono-plastique (Illustration). Le linguistique présente une situation imaginaire et identifie de manière explicite ou implicite le fait d'actualité. L'icono-plastique illustre –et renforce ainsi- des aspects de la situation imaginaire présentée dans le linguistique à partir de la représentation d'éléments qui peuvent comprendre d'objets, de vêtements et de scénarios.

3. Complémentarité. L'icono-plastique et le linguistique contribuent avec d'éléments différents mais convergents dans la représentation de la situation imaginaire. Le fait d'actualité peut être identifié de manière explicite ou implicite par l'icono-plastique et/ou le linguistique, ou bien rester implicite.

4. Contradiction partielle. L'icono-plastique et le linguistique opèrent de manière contradictoire puisque l'un des sens qu'ils mobilisent sont divergents entre eux. La présentation du fait d'actualité et de la situation imaginaire peut être faite par les deux langages, de manière simultanée, ou bien par l'un d'entre eux.

5. Jeu icono-plastique, illustration et renforcement linguistique (Jeu IP). L'icono-plastique présente une situation imaginaire et très exceptionnellement, il fait allusion au fait d'actualité. Le linguistique éclaircit ou renforce un ou certains aspects de la situation imaginaire présentée par l'icono-plastique. En plus, le linguistique identifie de manière explicite ou implicite le fait d'actualité, en ancrant la situation imaginaire.

FONCTIONS	**Langages qui interviennent dans la représentation de/du:**		
	personnage	**fait d'actualité**	**la situation imaginaire**
Jeu linguistique	IP (L)	L	L
Illustration	IP (L)	L	L - IP
Complémentarité	IP (L)	L - IP	L - IP
Contradiction partielle	IP (L)	L IP L - IP	IP L L - IP
Jeu icono-plastique	IP (L)	L (IP)	IP - L

Tableau 11.2. Interactions fonctionnelles entre le linguistique (L) et l'icono-plastique (IP): Fonctions respectives dans l'identification de l'une des composantes du modèle triadique. Les parenthèses signalent le langage qui n'intervient que de manière éventuelle ou exceptionnelle dans la représentation de cette composante. Les sigles soulignés indiquent les cas dans lesquels un langage intervient d'une manière plus accentuée que l'autre.

Dimension II. Interactions rhétoriques entre le linguistique et l'icono-plastique: figures rhétoriques communes et différentes (Figure rhétoriques L-IP). Cette dimension d'analyse cherche à identifier le type d'articulation des deux langages selon les figures rhétoriques qui y interviennent : coïncident-elles de forme partielle ou totale? Sont-elles différentes? Les catégories que nous distinguons dans cette dimension pour l'analyse de chaque caricature politique sont les suivantes (les formes abrégées sont entre parenthèses). Une version de

celles-ci est présentée dans le Tableau 11.3. Cette dimension nous permet d'apprendre l'interaction des deux langages dans le plan rhétorique en termes globaux, mais elle ne nous informe pas sur les groupes spécifiques de figures rhétoriques qui opèrent dans les caricatures politiques. C'est pour cela que nous avons élaboré deux nouvelles dimensions, l'une centrée sur les figures linguistiques, l'autre sur les figures icono-plastiques.

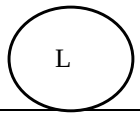
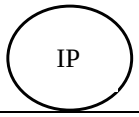
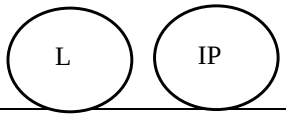
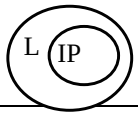
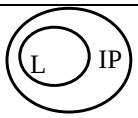
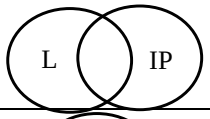
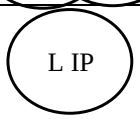
DESCRIPTION DE LA CATÉGORIE	ETIQUETTE	VISUALISATION GRAPHIQUE DE LA CATÉGORIE
1. On n'a détecté que des figures rhétoriques linguistiques.	Figures L	
2. On n'a détecté que des figures rhétoriques icono-plastiques.	Figures IP	
3. On a détecté des figures rhétoriques différentes dans les deux langages.	Figures L≠IP	
4. On a détecté des figures rhétoriques en commun et en plus on a détecté d'autres figures linguistiques.	Figures IP ⊂ L	
5. On a détecté des figures rhétoriques en commun et en plus on a détecté d'autres figures icono-plastiques.	Figures L ⊂ IP	
6. On a détecté des figures rhétoriques en commun et en plus on a détecté d'autres figures linguistiques et icono-plastiques.	Figures L ∩ IP	
7. On a détecté exactement les mêmes figures rhétoriques dans les deux langages.	Figures L=IP	
8. On n'a détecté aucune figure rhétorique.	Absence de figures	

Tableau 11.3. Représentation schématique des interactions rhétoriques entre le linguistique (L) et l'icono-plastique (IP): Figures rhétoriques communes et différentes.

Dimension III. Groupes de figures rhétoriques linguistiques (Groupes de Figures rhétoriques L): Les catégories considérées correspondent aux huit groupes de figures présentées dans la section 5.3.6.2.

Dimension IV. Groupes de figures rhétoriques icono-plastiques (Groupes de Figures rhétoriques IP): On considère les catégories de la section 5.3.6.2., sauf, bien évidemment, les figures de mots.

11.2.2.2 Analyses statistiques

Dans un premier temps, nous présenterons une série de graphiques de barres qui offrent un panorama global de la distribution des quatre dimensions d'analyse, selon le journal. Même si cette approche rend possible de comparer comment les deux journaux se comportent par rapport aux dimensions qui nous intéressent, elle n'apporte pas à la compréhension des associations entre les dimensions, raison pour laquelle nous appliquons

deux méthodes de l'Analyse multivariée (AFCM et ACHA). L'AFCM s'intéresse aux associations entre toutes les dimensions d'analyse (Fonctions L – IP, Figures rhétoriques L – IP, Groupes de Figures rhétoriques L et Groupes de Figures rhétoriques IP) avec deux variables de caractérisation: Journal et Auteur. De par nos objectifs, les dimensions Fonctions L – IP et Figures L – IP ont été considérées comme des variables actives, tandis que Groupes de Figures rhétoriques L, Groupes de Figures rhétoriques IP, Journal et Auteur, ont été considérées comme des variables illustratives. Compte tenu du nombre élevé de catégories considérées, nous avons décidé de faire une ACHA dans le but d'intégrer une plus grande quantité d'information au moment d'identifier d'associations et de constituer des classes composées des caricatures qui partagent certaines catégories distinctives.

11.2.3 Résultats

11.2.3.1 Distribution des dimensions d'analyse, selon le journal

Les Figures Figure 11.2.Figure 11.3. montrent une tendance similaire dans le CE et S/12 en ce qui concerne les fonctions et les figures rhétoriques qui opèrent sur le plan linguistique et icono-plastique dans les caricatures politiques. Toutes les catégories ont été identifiées dans les deux journaux, exceptant la catégorie qui se réfère à la présence des mêmes figures rhétoriques dans les deux langages -qui est très peu fréquente- et comme nous montrerons à partir de l'ACHA, elle est caractéristique d'un seul auteur du CE. D'un point de vue quantitatif, le travail linguistique est prédominant dans les deux journaux, encore que d'une manière plus accentuée dans S/12 (Figure 11.2.). Il faut signaler la similitude dans la distribution des figures linguistiques, à l'exception des figures de pensée -particulièrement l'allusion-, beaucoup plus récurrente dans le supplément argentin [Figure 11.3. (a)]. Dans le cas des figures icono-plastiques, le pourcentage atteint par les métaphores créatives (et d'autres figures d'association) dans l'hebdomadaire français double celles de l'argentin, alors que les figures de construction -majoritairement l'antithèse et les répétitions- sont plus nombreuses dans ce dernier [Figure 11.3. (b)]. Le plus grand nombre, comparatif, de figures visuelles dans le CE est en syntonie avec le plus grand jeu icono-plastique qui y est identifié.

Ces graphiques nous informent sur la distribution des quatre dimensions mais ne contribuent pas à la compréhension des associations entre celles-ci, ce qui est au contraire, assuré par les études statistiques plus complexes que nous présentons par la suite.

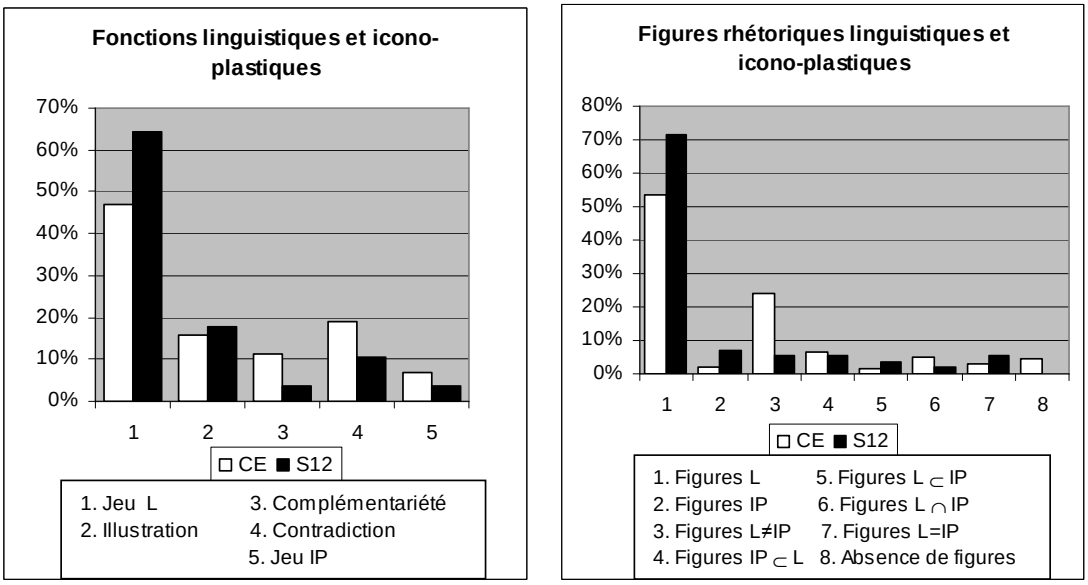


Figure 11.2. (a) A gauche, distribution des fonctions linguistiques et icono-plastiques, selon le journal. **(b) A** droite, distribution de la combinaison de figures rhétoriques linguistiques et icono-plastiques dans chaque journal.

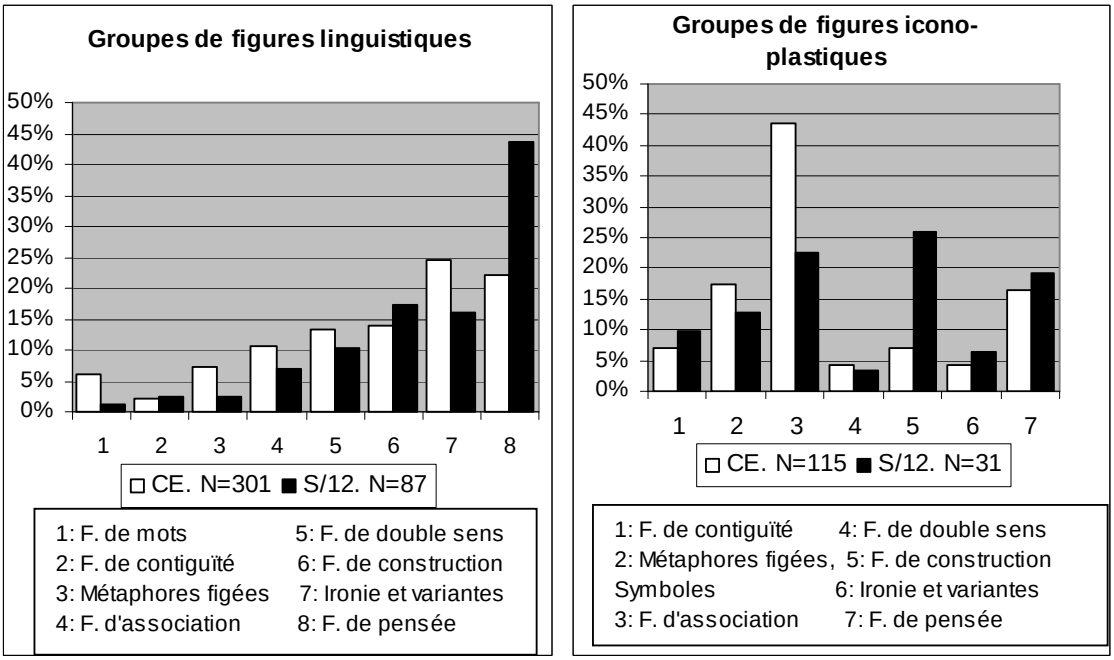


Figure 11.3. (a) A gauche, distribution des groupes de figures rhétoriques linguistiques, selon le journal. **(b)** A droite, distribution des groupes de figures rhétoriques icono-plastiques dans chaque journal.

11.2.4 Analyse Factorielle de Correspondances Multiples

La projection des résultats de l'AFCM dans le premier plan factoriel permet d'apprécier un ordonnément notablement graduel dans le passage d'un majeur jeu linguistique (extrême droit de l'axe 1) à un majeur jeu icono-plastique (extrême gauche de l'axe 1) dans la production de sens (voir la Figure 11.4.). Dans ce cadre, on observe diverses associations entre la plupart des catégories correspondant aux deux principales dimensions d'analyse de cette étude (Fonctions L-IP et Figures rhétoriques L-IP): les catégories Jeu L et Figures L; les catégories Illustration et Figures IP ⊂ L; et les catégories Complémentarité, Contradiction et Jeu IP, Figures L≠IP, Figures L=IP, Figures L ∩ IP et Figures IP (pour le traitement

statistique, cette dernière dimension a été regroupée avec Figures L ⊂ IP étant donné sa faible fréquence ainsi que sa proximité conceptuelle).

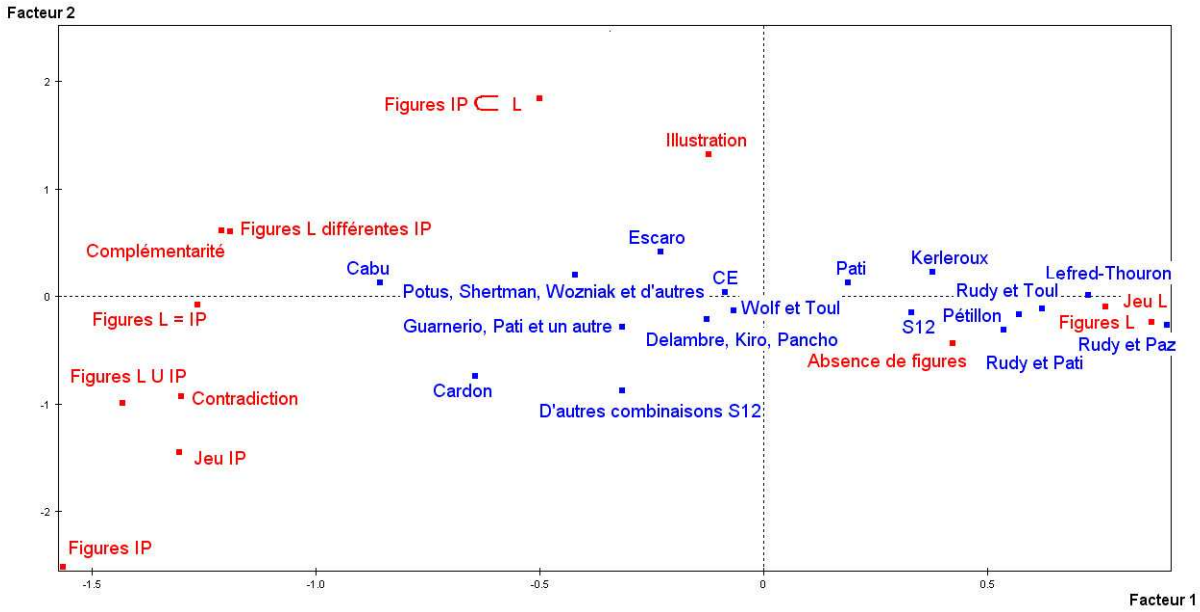


Figure 11.4. Premier plan factoriel de l'AFCM avec les dimensions Fonctions L-IP et Figures L-IP comme variables actives, et Auteur et Journal comme variables illustratives.

Ces résultats indiquent une relation étroite entre ces dimensions: les figures rhétoriques exclusivement linguistiques s'associent au jeu verbal, les figures exclusivement icono-plastiques, au jeu visuel, et les combinaisons de figures des deux langages s'associent aux cas de complémentarité et de contradiction.

L'AFCM montre en plus qu'il existe des différences parmi les auteurs par rapport à l'utilisation qu'ils en font du linguistique et de l'icono-plastique dans leurs caricatures. En effet, dans le plan on observe que les auteurs se distribuent au long de l'axe 1, certains plus proches du jeu verbal et d'autres, manifestant un plus grand engagement avec le visuel. D'autre part, cette analyse indique certaines différences entre les deux journaux considérés en accord avec ce qui a été signalé dans la section 11.2.3.1. (voir la Figure 11.2.): dans *S/12* on observe une plus grande préférence pour le verbal alors que le *CE* montre une tendance plus équilibrée dans l'utilisation des deux langages.

Dernièrement, les résultats signalent que les deux principales dimensions d'analyse montrent des associations avec les Groupes de Figures rhétoriques L et les Groupes de Figures rhétoriques IP. Néanmoins, pour une plus grande lisibilité du plan factoriel, nous avons décidé d'omettre la projection des groupes de figures et de rendre compte de l'intervention de ces dimensions au moment d'informer les résultats du deuxième analyse statistique effectué : l'Analyse de Classification Hiérarchique Ascendante.

11.2.4.1 Analyse de Classification Hiérarchique Ascendante

Ayant pour but de corroborer les tendances observées à partir de l'AFCM et d'approfondir leur compréhension et description, nous avons fait une ACHA, en considérant dans cette occasion, les premiers six axes factoriels. Si parmi diverses partitions qui rendent possible de faire le dendrogramme (voir la Figure 11.5.), nous choisissions celle en trois

classes, nous aurions obtenu les mêmes résultats que l'AFCM : un groupe serait formé distinctivement par le Jeu linguistique, un deuxième par l'Illustration icono-plastique, et un troisième par la Complémentarité, la Contradiction et le Jeu icono-plastique (voir *infra*). Ceci corrobore donc les résultats de l'AFCM. Or, comme notre intention est d'aller au-delà, nous avons opté pour sélectionner la partition en six classes car ce nous semble être celle qui décrit le mieux le réseau d'associations entre la totalité des dimensions étudiées.

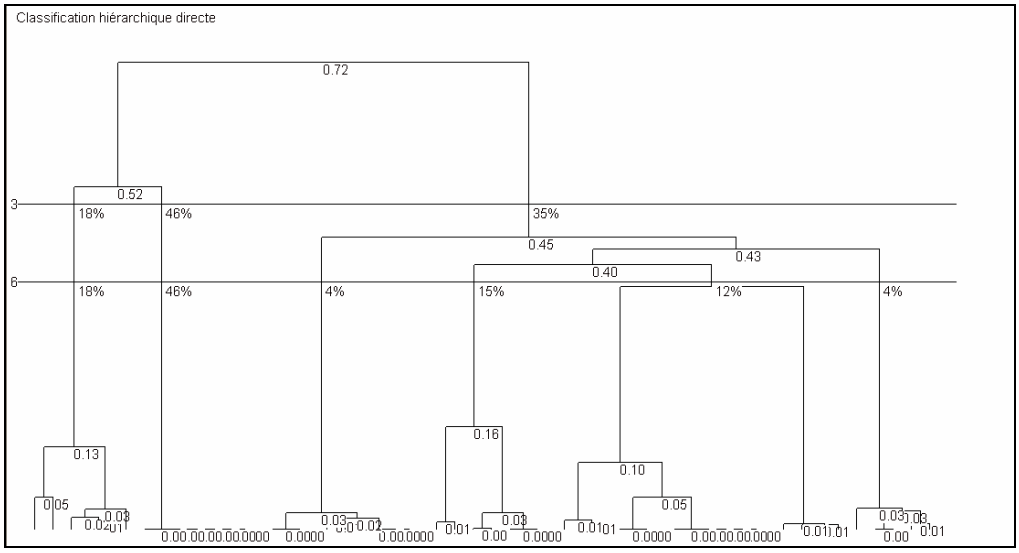


Figure 11.5. ACHA: Dendrogramme qui montre la coupure de l'arbre en trois et six classes.

Dans les paragraphes qui suivent, nous présenterons la description des six classes. Le Tableau 11.4. montre des exemples de celles-ci.

Classe I: Jeu linguistique. C'est la classe la plus nombreuse (elle comprend 46% des caricatures analysées) et la plus homogène (indice d'homogénéité <0.000001). Elle se caractérise par les catégories qui suivent : le jeu linguistique dans la production de sens; la présence exclusive de figures linguistiques, dont on distingue les figures de pensée et les figures de construction; le journal *S/12* ; et quatre auteurs (Lefred-Thouron et Pétillon du journal français ; et Rudy et Paz, Rudy et Toul, du journal argentin).

Classe II: Illustration. Elle comprend 18% des caricatures et elle se caractérise par : le jeu linguistique et l'illustration et le renforcement icono-plastiques, la présence des figures rhétoriques en commun et en plus d'autres figures linguistiques ; et des métaphores fixes linguistiques.

Classe III: Complémentarité et contradiction. Elle comprend 15% des caricatures et elle se caractérise par : la complémentarité et la contradiction; la présence de figures linguistiques et icono-plastiques différentes, dont on distingue l'ironie verbale et ses variantes, les figures visuelles de pensée et les métaphores créatives visuelles; le *CE*; et l'auteur Cabu, de ce journal.

Classe IV: Jeu icono-plastique accentué. C'est la classe la plus hétérogène (indice d'homogénéité = 0.564). Elle comprend 12% des caricatures et se caractérise par : le jeu icono-plastique; la présence exclusive de figures visuelles, dont se détachent les métaphores fixes, les métaphores créatives et l'ironie et ses variantes; et l'auteur Cardon du journal français.

Classe V: Jeu icono-plastique attenué. Elle comprend 5% des caricatures et elle se caractérise par : le jeu icono-plastique ; la présence de figures linguistiques et icono-plastiques en commun et en plus d'autres figures verbales et visuelles différentes ; parmi les figures verbales on distingue celles de double sens alors que parmi les visuelles se détachent les figures de pensée et les métaphores créatives.
Classe VI: Uniformité. C'est la classe la moins nombreuse (4% des caricatures). Elle se caractérise par : la présence des mêmes figures verbales et visuelles, dont on distingue les métaphores créatives; et l'auteur Cabu.

L'ACHA corrobore la relation étroite signalée à partir de l'AFCM entre les principales dimensions (Fonctions L-IP et Figures rhétoriques L-IP), de telle sorte que les cinq premières classes sont caractérisées par des catégories de ces deux dimensions, qui en plus, ce sont celles qui ont été associées dans le premier traitement statistique. Les résultats nous apprennent que dans 46% des caricatures le jeu verbal prédomine, se chargeant de faire référence au fait d'actualité et en particulier, de construire la situation imaginaire. Le visuel, au contraire, se consacre particulièrement à ancrer celle-ci, en identifiant les personnages (classe I). Dans la classe II, deuxième en pourcentage (18%), le jeu a également lieu au niveau surtout linguistique encore que dans ce cas, l'icono-plastique se charge d'illustrer ainsi que de renforcer des aspects de la situation imaginaire. Ces chiffres indiquent que dans deux caricatures sur trois, le travail des auteurs se focalise sur le linguistique. En observant le dendrogramme de la Figure 11.5., on voit que les deux classes les plus solides sont justement celles-ci car elles restent les mêmes si l'on fait une partition en trois ou six classes. Au contraire, la troisième classe de la partition en trois se divise en trois classes dans la partition en six. L'ACHA montre aussi que le jeu verbal opère de manière très systématique (la classe I est la plus homogène) alors que le jeu visuel le fait d'une manière beaucoup plus variée (la classe V est la plus hétérogène).

Ce traitement statistique confirme les tendances observées précédemment par rapport à l'association entre le jeu verbal et le journal argentin (classe I), d'une part, et entre le jeu plus équilibré entre le verbal et le visuel, dans le journal français (classe III). Il corrobore aussi l'influence de la variable Auteur étant donné que dans quatre des six classes se détachent des auteurs spécifiques. Les auteurs argentins caractérisent seulement la classe I tandis que ceux du journal français caractérisent les classes I, III, IV et V, où il y a une plus grande intervention du visuel. La coïncidence des auteurs des deux journaux dans la caractérisation de la classe I pourrait indiquer une certaine primauté de l'auteur au-dessus du journal dans l'utilisation des procédés.

Si nous focalisons notre étude sur l'articulation entre des fonctions linguistiques et icono-plastiques et des groupes de figures rhétoriques qui opèrent dans chaque langage, nous observons certaines associations particulières. En ce qui concerne le jeu verbal (classe I), les figures linguistiques les plus distinctives sont l'allusion, l'hyperbole et la répétition. Compte tenu du fait que la classe I est la plus nombreuse, ceci signifie que les auteurs optent de manière considérable pour un humour satirique construit à partir des références implicites, des exagérations et des répétitions verbales.

La classe II est formée par des caricatures où le linguistique construit la situation imaginaire à partir des métaphores fixes, c'est-à-dire, des expressions familières et populaires,

et l'icono-plastique intervient en illustrant et renforçant des aspects de cette situation imaginaire.

La complémentarité entre le linguistique et l'icono-plastique se produit à partir de différents types de figures, dont on distingue la métaphore, l'hyperbole et l'allusion visuelles, des figures très récurrentes dans l'ensemble de caricatures (classe III). Quant à la contradiction, elle est d'habitude achevée grâce à l'utilisation de l'ironie. Cette fonctionnalité acquiert une haute valeur argumentative du moment où l'auteur prend une distance critique par rapport à la situation imaginaire construite, en introduisant d'éléments verbaux et visuels discordants, qui fréquemment activent d'une manière sous-jacente, une disqualification d'actions et déclarations du gouvernant (classe III).

La présence de la métaphore créative, qu'elle soit linguistique ou icono-plastique, dans cinq des six classes justifie de la considérer, avec Fromilhague (1995: 88), comme « une figure exemplaire, prototype des autres », car elle est potentiellement capable d'accomplir toutes les fonctions qui s'attribuent aux figures et qui peuvent être synthétisées en trois règles: plaire, émouvoir, instruire. Dans cette même perspective, il faut signaler que la seule figure qui atteint signification statistique dans les cas d'Uniformité, avec la présence de mêmes figures verbales et visuelles (classe VI), est justement la métaphore. Celle-ci est associée à l'auteur français Cabu, ce qui nous informe qu'il s'agit d'une caractéristique particulière du style de ce dessinateur, celui de transmettre un message critique et dérisoire au travers d'analogies qui lient deux idées sans un rapport direct. Ces résultats rejoignent ceux présentés dans le chapitre 8.

Classe I: Jeu linguistique	
 Rudy et Daniel Paz, 22/07/1989, p. 1.	Face au triomphe du président Menem, A. Cafiero (vaincu lors de l'interne du Parti Justicialiste pour la candidature aux élections présidentielles) demande un poste dans le gouvernement. On fait allusion au match de football dans lequel a participé Menem avant de commencer son mandat, et que *S/12* a commenté à plusieurs reprises. On constate en plus une antithèse dans les registres de langue utilisés par les deux hommes politiques. Le fait d'actualité et la situation imaginaire sont présentés à partir du linguistique. L'identification des personnages a lieu majoritairement au niveau icono-plastique. Traduction proposée des bulles de la caricature: - « Bon Petit Charles… En tant que Président du Justicialisme j'aimerais savoir quelle est la place réservée pour moi dans ton gouvernement. – Bon…. euh…..tu joues comment comme numéro neuf ? »

Classe II: Illustration	
 Escaro, 17/05/1995, p. 2.	A peine élu, J. Chirac, avec son Premier Ministre, réfléchissent sur les membres qui feront partie de leur gouvernement. Il se peut qu'ils analysent des CV des hommes politiques tout en classifiant leur orientation politique. Il existe un fort jeu linguistique à partir du calambour entre le mot *liste* et le suffixe *iste*: *capitaliste, idéaliste, spécialiste, probabiliste*. Le mot *pugi-liste* rompt avec les isotopies plus proches des termes précédents, produisant un effet comique. Il existe une répétition –autant au niveau verbal que visuel- du mot *liste* et de son dessin. Le dessin illustre et renforce un aspect de la situation imaginaire.
Classe III: Complémentarité	
 Cabu, 19/07/1995, p. 1.	J. Chirac donne une conférence de presse sur la guerre dans les Balkans et sa femme, Bernadette, apparaît vêtue comme un soldat (métaphore), prête à répondre à l'appel du Président. Le titre « P'tite mère courage » (syncope dans petite) fait allusion à une œuvre de Bertolt Brecht, qui raconte l'histoire d'une mère pendant la guerre de Trente Ans. Le fait d'actualité est implicite, l'identification du personnage a lieu principalement au niveau visuel, et la situation imaginaire se construit par les deux langages, chacun apportant de manière significative dans la production de sens.
Classe III: Contradiction	
 Cabu, 17/05/1995, p. 1.	Lors de son premier discours en tant que Président, J. Chirac a assuré que la sienne ce serait « une présidence modeste ». Avec une ironie linguistique et icono-plastique, l'auteur prend de la distance par rapport à cette déclaration l'exagérant jusqu'à l'absurde. La phrase prononcée par A. Juppé est en contradiction avec la représentation visuelle de son entrée, ainsi que de celle du chef de l'Etat, au Palais de Gouvernement.

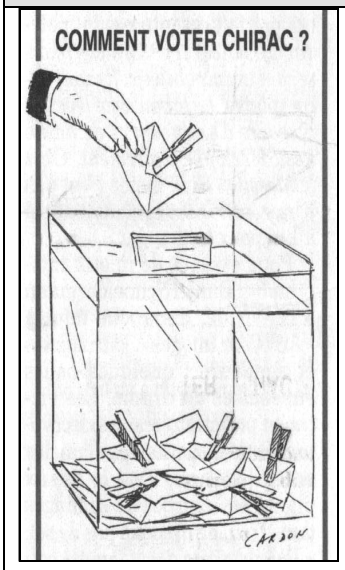
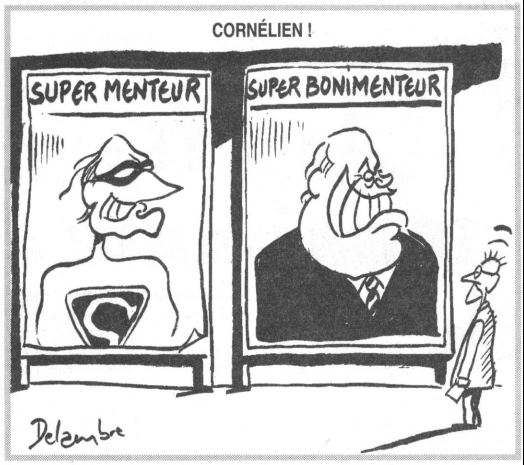
Classe IV: Jeu icono-plastique accentué	
 Cardon, 30/04/2002, p. 3.	Vu l'accès de J. M. Le Pen au ballotage des élections présidentielles de 2002, de nombreux opposants ont senti l'obligation de voter J. Chirac. Cardon montre « comment le faire », en se servant d'une expression familière matérialisée à partir d'une métonymie d'instrument: couvrir le nez face à une situation répugnante. La situation imaginaire est hyperbolique et elle ne se construit qu'avec des signes icono-plastiques. Le linguistique présente le fait d'actualité et identifie le personnage.
Classe V: Jeu icono-plastique atténué	
 Delambre, 24/4/02, p.7.	Le contexte politique est identique au précédent. Un piéton tombe sur une affiche où se trouvent J. Chirac et J.M. Le Pen. L'élection est « cornélienne ». Ce terme renvoie à deux sens différents (syllepse): un dilemme, d'un côté; un acte de grandeur et héroïsme, de l'autre. Tous les deux peuvent être appliqués à ce cas. C'est un dilemme le fait de choisir entre un *Supermenteur* et un *Superbonimenteur*. Et certains pourraient considérer comme un acte de grandeur se rendre face au Supermenteur pour éviter l'avancement de l'extrême droite. Depuis une autre perspective, l'adjectif *cornélien* véhicule une antiphrase face à la paradoxe de considérer héroïque choisir l'un des deux candidats. En utilisant une métaphore visuelle, J. Chirac est présenté comme le personnage de Supermenteur des Guignols de l'Info (allusion). Il y a une répétition verbal (*super* et *menteur*) et visuelle (construction antithétique). On fait allusion au fait d'actualité à partir des deux langages; le linguistique ancre la situation imaginaire.
Classe VI: "Uniformité"	
 Cabu, 22/05/2002, p. 6.	A partir d'un jeu métaphorique visuel et verbal, le leader du parti UDF, F. Bayrou, est rétréci face au pouvoir de J. Chirac et de son parti. Le personnage Chirac fait référence à un film hollywoodien (1989). L'analogie entre la taille physique et le poids politique est très habituelle dans les caricatures politiques.

Tableau 11.4. Exemples de caricatures correspondant à chaque classe, avec une explication du contexte social et politique de l'époque auquel on fait référence.

11.2.5 Conclusions partielles

L'application du modèle triadique que nous avons proposé précédemment a permis l'étude des différentes fonctions que le verbal et le visuel accomplissent par rapport à trois composantes clés : le personnage, le fait d'actualité et la situation imaginaire.

Dans les cinq formes d'interaction fonctionnelle entre le linguistique et l'icono-plastique que nous avons identifiées dans les corpus (Jeu linguistique, Illustration, Complémentarité, Contradiction et Jeu icono-plastique), le visuel joue un rôle fondamental dans l'identification du personnage et du décor où il se trouve. Ceci se produit dans le cadre d'une représentation ritualisée où certains traits se retrouvent d'un auteur à l'autre, des traits qui en général s'inscrivent parmi les règles basiques de simplification, d'économie et de similitude. Il y a d'autres traits, en échange, qui varient parmi les auteurs et que, comme nous proposons, contribuent à façonner leur style. Ces manières particulières de représenter des visages, des corps et des décors sembleraient rendre compte de diverses solutions à une intention primaire de la caricature : la subversion des formes.

La présentation du fait d'actualité peut être entamée aussi bien par le visuel que par le verbal, surtout de manière indirecte, à partir d'allusions. En échange, la participation des deux langages dans la construction de la situation imaginaire -qui entraîne une sorte de commentaire, en allant au-delà du fait d'actualité- est centrale dans la détermination du rôle que ceux-ci assument dans la caricature. Dans les corpus analysés, le jeu linguistique comprend 2/3 des caricatures. Dans celles-ci, le visuel offre un ancrage nécessaire pour la compréhension de la parole écrite, en identifiant le personnage, cible du commentaire critique humoristique. En plus, le visuel illustre un aspect de la situation imaginaire présentée par le verbal.

L'analyse des figures rhétoriques a fait possible d'apprendre que c'est notamment grâce à elles que le jeu satirico-humoristique est instauré. Ainsi, nous percevons que lorsque le jeu est verbal, les figures ne sont que linguistiques, tandis que lorsque le jeu est visuel, les figures prédominantes sont icono-plastiques. Une plus grande richesse rhétorique –du moment où opèrent des figures linguistiques et icono-plastiques qui ne se superposent pas- se produit dans les cas de complémentarité et de contradiction, où les deux langages interagissent de manière étroite. La contradiction détectée dans la caricature politique, loin de rendre compte d'une faille dans les manières d'articuler les deux langages (comme c'est le cas entre la photographie de presse et sa légende ; voir Alonso Erausquín, 1995), est utilisée de manière intentionnelle par l'auteur à des fins persuasifs.

La caricature politique peut être conçue comme un système où opère une grammaire de codes verbaux et visuels –liée aux possibles formes dont ces langages interagissent, aux codes de représentation partagés, à diverses caractéristiques distinctives de la caricature comme genre- dans le cadre de laquelle l'auteur, plus ou moins consciemment, inscrit le jeu proposé au lecteur. Parmi ces conditionnements, il est aussi nécessaire de considérer le style du journal et par conséquent, le contrat de lecture spécifique construit avec le lecteur. Le système laisse pourtant des marges qui rendent possible à l'auteur de développer un style particulier, un cachet personnel et caractéristique. Plus le style est identifiable, plus visible devient l'auteur.

Cette constante tension entre le général et le particulier permet de comprendre la production de la caricature comme un processus complexe et dynamique. Sa production exige à l'auteur un travail délibéré et hautement codifié à partir des outils représentationnels déjà internalisés et développés.

11.3 Procédés satirico-humoristiques des titres et des images du Canard enchaîné et de Sátira/12

Parmi les procédés satirico-humoristiques, nous avons vu, dans tous les chapitres de résultats, l'importance des références culturelles qui sont étrangères à l'univers du fait de l'actualité abordé et surtout, le rôle crucial joué par les figures rhétoriques. Ces procédés ne sont pas forcément comiques et sont, au contraire, très présents dans des discours dramatiques, ou autres. C'est maintenant le moment de décrire et d'analyser les techniques qui servent dans un but satirique et humoristique, en considérant de quelle manière les références culturelles et les figures rhétoriques contribuent dans ce but.

En premier lieu, nous présenterons la classification que nous avons utilisée pour étudier les procédés satirico-humoristiques (voir le Tableau 11.5.). Il s'agit d'une adaptation d'une proposition faite par P. Charaudeau (voir la section 1.4.5.), que nous avons modifiée à partir de la suppression de quelques catégories ainsi que de l'inclusion de nouvelles, en prenant en considération les travaux d'autres auteurs et nos corpus d'analyse. Cette classification a été appliquée aux titres et images de nos corpus de référence et d'application, en distinguant les procédés exclusivement linguistiques, ceux exclusivement icono-plastiques et ceux qui sont mixtes. Il faut aussi différencier les procédés intratextuels, c'est-à-dire, ceux ayant lieu à l'intérieur d'un titre ou d'une image (les procédés linguistiques pour P. Charaudeau, que nous élargirons pour comprendre également les procédés icono-plastiques) des procédés extratextuels, qui exigent la prise en considération du cotexte et du contexte (procédés discursifs dans la classification de Charaudeau).

Les procédés mis en œuvre par les auteurs satiriques et humoristiques sont volontaires, c'est-à-dire qu'il y a une intention de critiquer, dénoncer, amuser, faire catharsis… Il se peut aussi que l'auteur se serve des actions involontaires de la part des hommes politiques qui sont comiques afin de se moquer, comme c'est le cas des maladresses ou des situations qui se tournent contre les dirigeants politiques. La presse satirique y trouve une source abondante pour pratiquer la dérision.

En dépit de l'existence d'une volonté de la part des auteurs dans l'utilisation des procédés comiques, ils ne sont pas forcément conscients du recours qu'ils font de tel ou tel procédé car ces derniers sont internalisés. A cet égard, dans l'entretien que nous avons eu avec Rudy, il a dit: « Ceci [leur travail] est un art. N'importe quel artiste doit connaître les règles mais en général quand il travaille, les techniques sont internalisées et il ne faut pas être trop conscient des règles qu'on utilise à chaque fois. [Il faut] les utiliser et les transgresser en toute liberté. (…) On ne pense pas "maintenant je vais ironiser". Ça vient tout seul. Ça aide de les connaître, mais ce qui aide surtout c'est de les avoir incorporées ».

Les catégories considérées ne sont pas mutuellement exclusives car dans un seul titre ou une même image peuvent intervenir plusieurs procédés de manière simultanée. Ces derniers peuvent focaliser sur différents aspects d'un fait ou bien converger vers l'élaboration d'une même idée, en exploitant des formes différentes. Leur interaction nous conduit à les penser comme un réseau, qui fait partie d'un système richement composé, avec une énorme variété et nombre de combinaisons.

<table>
<tr><th colspan="2">PROCÉDÉS LINGUISTIQUES ET/OU ICONO-PLASTIQUES</th></tr>
<tr><td>Jeux sur les signifiants</td><td><u>Procédés exclusivement linguistiques :</u>
▪ Jeux de sonorités. Calembour.
▪ Déformation des noms des hommes et des femmes politiques. Calembour, gémination, mot-valise, néologisme, apocope.
<u>Procédés exclusivement icono-plastiques :</u>
▪ Caricature : subversion de la forme. Hyperbole.</td></tr>
<tr><td>Jeux sur le rapport signifiant-signifié des mots homonymes ou polysémiques ou jeux de sens en général qui permettent de passer d'une isotopie de sens à une autre.</td><td><u>Procédés mixtes :</u>
▪ Syllepse linguistique et icono-plastique, antanaclase, dérivation, jeu de mot (de sens).</td></tr>
<tr><td>Jeux sur l'accumulation des signes appartenant à une même isotopie de sens.</td><td><u>Procédés mixtes :</u>
▪ Répétition : une situation, une idée revient à plusieurs reprises ou bien une idée se construit par la répétition de signes.
▪ La répétition peut aussi avoir lieu au niveau extratextuel, devenant ainsi un procédé discursif. Autocitation.</td></tr>
<tr><td>Echange des signes verbaux dans un énoncé</td><td><u>Procédés exclusivement linguistiques :</u>
▪ Quiproquo : on prend une personne ou une chose pour une autre.
▪ Ce procédé peut être volontaire ou involontaire.</td></tr>
<tr><th colspan="2">PROCEDES DISCURSIFS</th></tr>
<tr><td>Exagération dans la représentation d'une situation</td><td><u>Procédés mixtes :</u>
▪ Hyperbole.</td></tr>
<tr><td>Procédés énonciatifs.
Jeux avec des procédés d'énonciation</td><td><u>Procédés mixtes :</u>
Ils jouent entre ce qui est dit et ce qui est laissé entendre.
▪ Ironie :
- Antiphrase ou sarcasme
- Citations des personnages hors contexte ou exagération sur leurs implications.
▪ Allusion, parodie, pastiche, burlesque, litote.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Procédés logiques.
Jeux sur le sémantisme des signes au niveau intratextuel ou extratextuel, donnant lieu à une dissociation d'isotopies.</td><td>Incohérence insolite :
« Les univers mis en relation ne sont pas naturellement liés l'un à l'autre mais ils ne sont pas complètement étrangers ». Trans-sens : on passe d'un sens à l'autre.
<u>Procédés exclusivement linguistiques :</u>
▪ Attribuer aux personnages des propos absurdes : nonsense, comique de l'absurde (ce n'est pas de l'incohérence loufoque car on peut tout de même trouver un lien entre les univers mis en relation).
▪ Déformations des dictons, proverbes, expressions familières ou figées. Substitution.
<u>Procédés exclusivement icono-plastiques :</u>
▪ Représentation des personnages dans des contextes fictifs ou très informels. Métaphore.
<u>Procédés mixtes :</u>
▪ Analogies ou association des faits et des idées qui n'entretiennent, a priori, aucun rapport. Métaphore, antithèse, comparaison, substitution. L'association peut être implicite : allusion.
▪ Attribution aux personnages des phrases ou des actions inattendues, atypiques.</td></tr>
<tr><td>Incohérence paradoxale :
Il y a un rapport de contradiction entre deux logiques dans une même</td></tr>
</table>

	isotopie. Fait de discours qui va à l'encontre de la logique, qui est garantie par la norme sociale. Contre-sens. Procédés exclusivement linguistiques : Figures d'opposition : oxymore, zeugma. Procédés mixtes : ▪ Inversion d'une situation - L'action d'un personnage se tourne contre lui. Ironie du sort - Inversion des rôles. - Ces procédés peuvent être volontaires ou involontaires. ▪ Articuler des signes incongrus. Comique de l'absurde. ▪ Attribuer aux personnages des propos ou des actions contradictoires ou paradoxaux. ▪ Figures d'opposition : paradoxe, antithèse.
Jeux sur le registre de langue d'un énoncé qui donne lieu à une *dissociation d'isotopie*.	Procédés exclusivement linguistiques : ▪ Attribuer aux personnages des phrases qui appartiennent à un registre de langue familière, populaire ou vulgaire ne correspondant pas au registre de langue habituel des hommes d'Etat. Métaphores fixes.

Tableau 11.5. Classification des procédés satirico-humoristiques adoptée pour l'analyse de nos corpus de référence et d'application. Dans chaque item, nous avons signalé des figures rhétoriques qui sont particulièrement opérationnelles.

Nous présenterons par la suite des exemples pour illustrer chacune des catégories considérées dans notre classification.

11.3.1 Procédés linguistiques et/ou icono-plastiques

11.3.1.1 Jeux sur les signifiants

Jeux de sonorités

Parmi les figures qui travaillent avec le son dans l'agencement des mots, le calembour utilise « l'équivalence phonique entre deux mots, entre un groupe de mots et un mot, ou entre deux groupes de mots, pour les rapprocher de manière sémantique » (Beth et Marpeau, 2005). Il s'agit d'une des « marques de fabrique » du CE et on l'utilise à des fins ludiques, pour attirer l'attention et amuser, encore qu'elle puisse porter des commentaires critiques. C'est le cas du titre principal publié à la Une au début du mandat de Jacques Chirac (17/05/1995): « Formation du gouvernement. Chirac gagne au Jacques-potes! ». L'association entre le mot-valise et le jackpot présente une critique envers les membres qui feront partie du gouvernement, des proches du Président, sur lesquels le journal satirique semblerait déposer indirectement le doute de s'être enrichis illicitement. Cette idée émerge par le fait de connaître la posture du CE face aux cas de corruption ainsi que l'historique d'articles sur le possible enrichissement illicite dont on accuse le Président et ses proches. Si ce procédé est très caractéristique de la satire humoristique du CE, il est extrêmement rare dans S/12.

Déformation des noms des hommes politiques

En général, il s'agit de rompre avec le style caractéristique des médias quand ils font référence aux dirigeants politiques. C'est un traitement irrévérencieux mis au service d'un processus de disqualification des personnalités politiques. Il y a des cas où la déformation contient la critique : « Chiractor », « Jacques-potes », « Chichigate », « Jackyparade ». Pourtant, cette déformation du nom permet, parfois, « d'humaniser » l'homme politique, de le rapprocher des gens à travers des procédés familiers. Ainsi, on lui applique à lui aussi des

expressions que l'on utilise au sein de la famille ou avec un groupe d'amis, « Sarko », «Raff'», « Balla ».

La gémination, à l'intérieur des figures de mots, sert à construire un surnom habituel attribué à J. Chirac : « Chichi ». Cette figure consiste à répéter la première syllabe d'un mot. *Chichi* désigne « un comportement qui manque de simplicité » (*Le Micro Robert*, 1998) et est associé à *affectation* et *minauderie*. L'affectation est un « manque de sincérité et de naturel » et apparaît liée à la notion de pose, simulation, comédie. Minauderie est utilisé pour désigner l'utilisation des manières affectées pour attirer l'attention, plaire et séduire. Au-delà de la sonorité apparemment « amicale » de Chichi, ce surnom pourrait être revêtu d'une composante critique, qui coïncide avec la construction de l'image du personnage comme quelqu'un qui fait un spectacle de la politique, une idée récurrente dans notre corpus.

La déformation de noms n'est pas habituelle dans S/12. Du corpus analysé, on peut citer le surnom de « *Charles* » attribué au Président Menem, pour mettre l'accent sur les rapports étroits qu'il a cherchés à entretenir avec les Etats-Unis et qui ont été qualifiés fréquemment comme des « relations charnelles » (voir la section 6.5.).

Caricature

Pour des exemples des déformations plastiques de corps et de têtes des personnages, se reporter aux sections 3.3.2. et 12.3.

11.3.1.2 Jeux sur le rapport signifiant-signifié ou jeux de sens en général et jeux sur l'accumulation des signes

Parmi les jeux sur le rapport signifiant-signifié, on trouve les figures de double sens, comme c'est le cas de la syllepse. Rappelons que cette figure a lieu quand un signe renvoie à deux sens différents mettant ainsi en jeu une non isotopie, qui peut renvoyer à un sens propre et à un sens figuré mais non seulement (Noguez, 1974). Dans un article postérieur, Dominique Noguez (2000) y reconnaît l'un des piliers de l'humour, en syntonie avec certains auteurs qui se sont consacrés à l'étude du comique et de l'humour. Son mécanisme est à la base de ce que Henri Bergson a appelé l'interférence de séries (voir la section 1.4.4.) et Arthur Koestler la *bissociation* (voir la section 1.2.3.). En effet, cette figure a une forte potentialité comique et c'est la plus habituelle des figures de double sens dans nos corpus de référence (avec le calembour) et d'application. Le mécanisme décrit dépasse les limites du verbal et peut très bien s'adapter au langage visuel.

Nous avons cité quelques exemples tirés de S/12 dans la Figure 10.25. (b) (section 10.1.3.10.), riche en ce procédé. C'est très intéressant de voir que la syllepse a été utilisée par le CE de manière récurrente dans ce que nous pouvons considérer comme une campagne de disqualification du président Chirac de la part de ce journal par rapport à deux événements politiques d'envergure.

Un premier événement porte sur une enquête journalistique menée et rendue publique lors de la campagne présidentielle de 2002 par le CE, sur un possible cas de malversation de fonds à partir des dépenses alimentaires de la famille Chirac à l'époque où le chef de l'Etat était Maire de Paris. Pour traiter cet événement, l'hebdomadaire s'est servi d'une métaphore de locution dans plusieurs titres : la « grande bouffe », et il a fait un usage vaste des isotopies

liées à la nourriture et le boisson. La syllepse a activé le double sens dans les énoncés, leur attribuant un ton comique. C'est le cas des titres du 3 avril 2002 : « Une famille insatiable » et « Encore et toujours du liquide », où *insatiable* et *liquide* véhiculent à la fois un sens propre et figuré.

Un deuxième événement traite de la reprise des essais nucléaires autorisée par Jacques Chirac au début de son premier mandat, sur laquelle le CE a fait référence en réutilisant plusieurs fois une même idée : des fluides liquides ou gazeux deviennent des champignons nucléaires. Dans les quatre dessins présentés comme exemple (voir la Figure 11.6. et la Figure 11.7.), le signe qui est source de la syllepse contribue activement à la construction du sens, et présente une forte charge connotative. A cet égard, il faut dire que la syllepse visuelle est un mécanisme efficace lorsqu'il s'agit de combiner, synthétiquement, le comique et la critique. Dans les trois premiers exemples présentés, la référence au Président –indirecte dans le premier cas, et directe dans les deux autres- a lieu dans les titres des images.

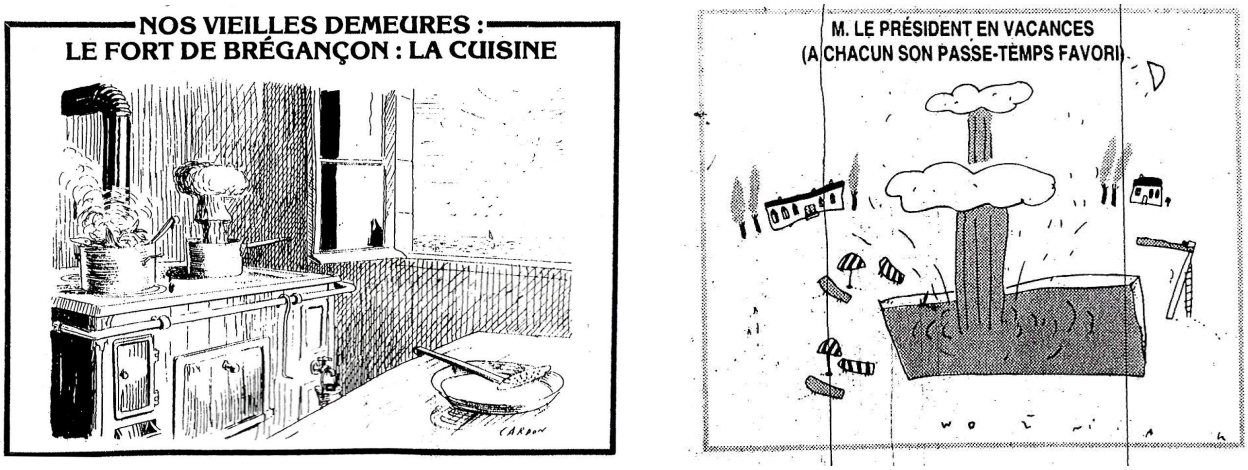


Figure 11.6. (a). A gauche, Cardon, 9/8/1995, p. 1. **(b)** A droite, Wozniak, 2/8/1995, p. 4.

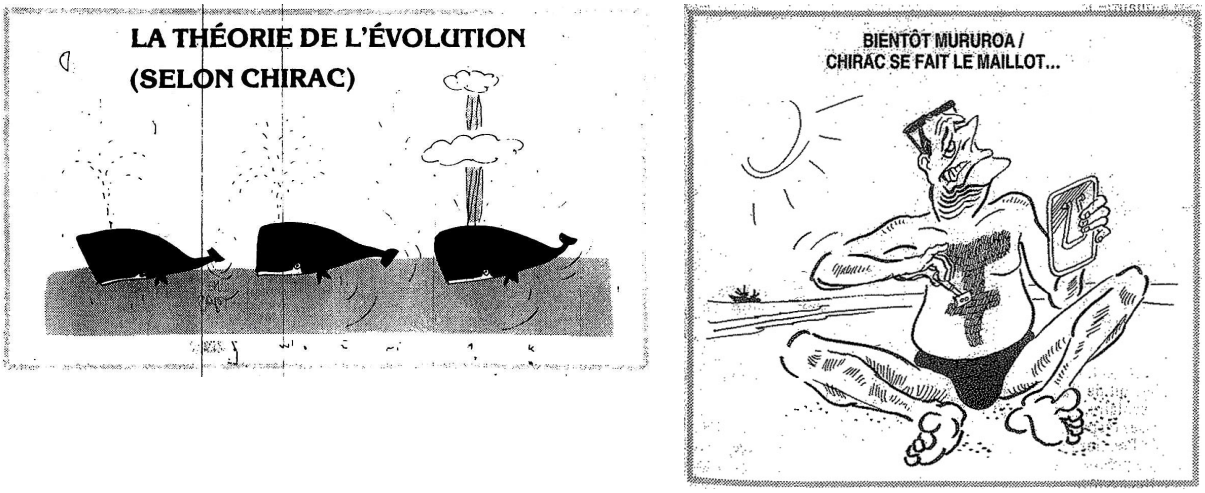


Figure 11.7. (a). A gauche, Wozniak**.** 9/8/95. p. 8. **(b)** A droite, Cabu, 5/7/1995, p. 3.

Un troisième usage répété de la syllepse fait référence au « nouvel élan politique » promis par le premier ministre Juppé lors de la campagne pour les élections législatives de 1997. L'association entre l'élan physique et l'élan comme idée abstraite a été à la base du comique de plusieurs journalistes et dessinateurs du CE qui ont traité le sujet. Un exemple

particulier de syllepse qui se produit, cette fois-ci, par la combinaison du langage verbal et visuel met en jeu la représentation graphique du cerf des Pays du Nord. L'animal est devenu donc un symbole de la promesse de A. Juppé. L'exemple de syllepse dans la Figure 11.8. (a) est revêtu d'un but avant tout ludique, renforcé par le calembour du titre. Il devient corrosif dans la Figure 11.8. (b), associé à une métaphore.

Les trois groupes de caricatures citées constituent des exemples également du comique de répétition au niveau extratextuel, du moment où une même idée est évoquée par des auteurs différents dans un même numéro du journal ou bien dans des numéros différents. La succession des dessins ou des titres semblables favorise l'effet comique et sert aussi à instaurer une complicité avec le lecteur assidu du moment où il reconnaît la séquence. Il s'agit donc, non pas de la répétition intratextuelle –comme nous le verrons tout de suite- mais de la répétition qui se prolonge dans le temps. Ce sont des cas d'autocitation -comme la Figure 11.1. de la Une de S/12 présentée dans la section 11.1.- qui appartiennent au groupe de procédés discursifs.

Figure 11.8. (a) A gauche, Cardon**.** 30/04/1997. p. 8. **(b)** A droite, Cardon, 28/05/1997, p. 8.

La répétition intratextuelle est une figure récurrente dans le corpus d'application. La Figure 11.9. (a) pourrait être considérée comme une sorte d'énumération icono-plastique car les différents objets tenus par C. Menem correspondent à l'isotopie *pratique sportive*. A partir de ce recours de répétition et d'une métaphore, la réunion du Président avec son cabinet de ministres est associée à la pratique sportive. On tourne ainsi en dérision sa participation au match de football auquel nous avons déjà fait référence.

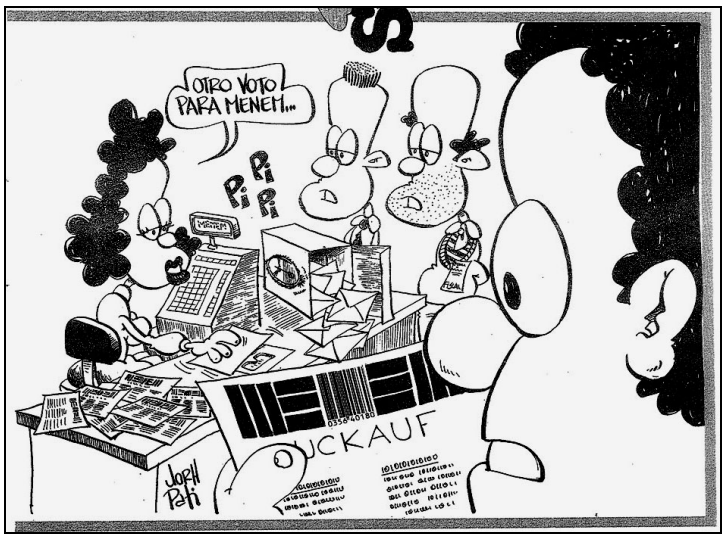


Figure 11.9. (a) A gauche, Rudy et Pati, 9/8/1995, p. 3. **(b)** ***A droite,*** Jorh et Pati, 6/05/1995, p.1.

Une répétition verbale a lieu dans la Figure 11.9. (b) qui porte sur la réélection de C. Menem : son nom apparaît dans le bulletin de vote –la typographie est la même utilisée dans sa vraie campagne politique-, dans l'écran de la caisse, dans les paroles de la femme. L'accumulation du même signe est articulé directement avec le contenu du message : le triomphe du Président. L'analogie entre le dépouillement du scrutin avec la caisse d'un supermarché est un exemple d'incohérence insolite.

Les auteurs satiriques peuvent aussi se servir de la répétition pour produire un effet comique en introduisant un élément discordant. C'est le cas de l'appel de Une publié le 22 juillet 1989: « *¿Acuerdo Menem-Thatcher? Las Malvinas son argentinas, las Falklands son inglesas* » (« Accord Menem-Thatcher? Les Malouines sont argentines, les Falklands sont anglaises »). La répétition du même patron syntaxique (parallélisme : sujet + verbe + adjectif) est rompue au niveau sémantique, nous faisant comprendre qu'il n'y a aucun accord par rapport aux îles Malouines.

Un autre exemple, cette fois-ci tiré d'une caricature, est la Figure 11.10. (a), où il y a un dialogue entre deux hommes : « - En 87 j'ai châtié Alfonsín en votant Cafiero… en 88 j'ai châtié Cafiero en votant Menem et en 89 j'ai châtié Menem. – Tu l'as châtié? –Oui… j'ai voté pour lui comme Président de l'Argentine… » [311]. Compte tenu de la grave crise qui a explosé en 1989, le fait d'élire un homme politique comme Président du pays est présenté comme un châtiment et non plus comme un triomphe.

[311] Les élections auxquelles on fait référence sont : en 1987, les élections législatives, en 1988, les élections internes du Parti Justicialiste, et en 1989, les élections présidentielles.

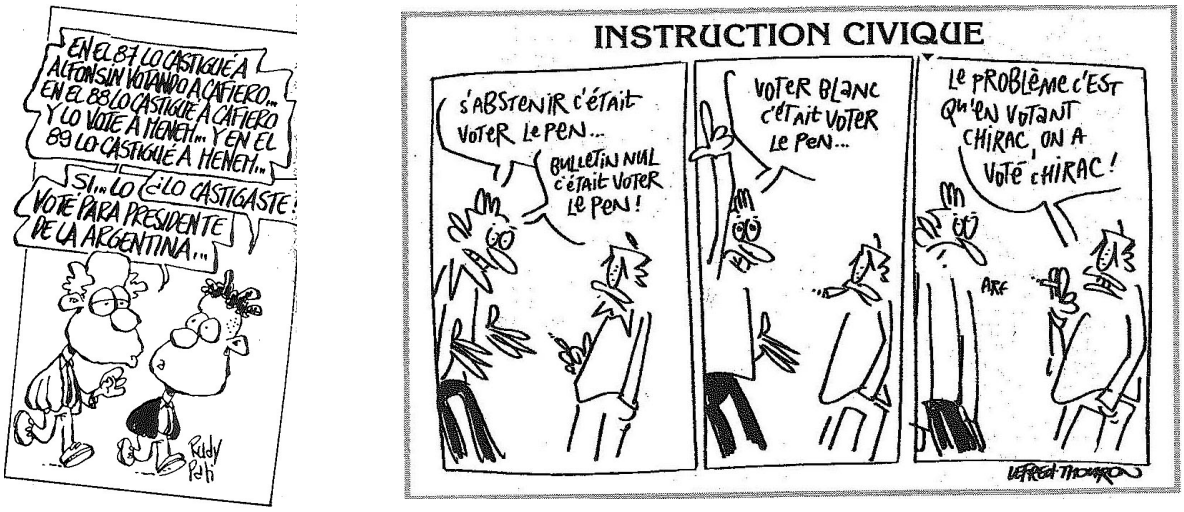


Figure 11.10. (a) Rudy et Pati, 2/09/1989, p. 2. **(b)** Lefred-Thouron, 7/05/2002, p. 8.

Un dernier exemple dans lequel le rythme répétitif d'une séquence narrative est cassé dans la dernière vignette, nous est donné par un *strip* de Lefred-Thouron [voir la Figure 11.10. (b)], publié après le deuxième tour des élections présidentielles de 2002. L'argumentation constituée à partir de l'épiphore des phrases du premier personnage heurte contre l'argumentation tautologique du deuxième.

Nous ferons référence à l'échange des signes verbaux dans un énoncé de la section 11.3.3. Nous continuerons maintenant avec les procédés discursifs, en commençant par l'inversion d'une situation.

11.3.2 Procédés discursifs

11.3.2.1 Exagération dans la représentation d'une situation

L'hyperbole est l'une des caractéristiques essentielles de la caricature politique, car elle intervient non seulement dans la représentation plastique des personnes dessinées mais aussi dans la manière de recréer ou théâtraliser des situations (voir le troisième chapitre). Nous avons vu dans quelques titres de S/12 (section 11.1.) que l'exagération est un recours de choix quand il s'agit de ridiculiser une situation et la traiter absurdement.

La Figure 11.1. (a) va loin dans la manière de rendre compte des négociations entre le Brésil et l'Argentine et le conflit commercial par rapport à l'exportation dans le secteur automobile: on discute même sur la boisson que chacun va prendre. La Figure 11.1. (b) plaisante sur le goût de J. Chirac pour les campagnes électorales en même temps qu'elle pourrait révéler une certaine ingérence de Bernadette Chirac sur des questions politiques qui impliquent le Président, d'après la perception de Cabu. La Figure 11.11. (b), pour sa part, traite de l'affaire déjà mentionnée de « la grande bouffe » à la Mairie de Paris.

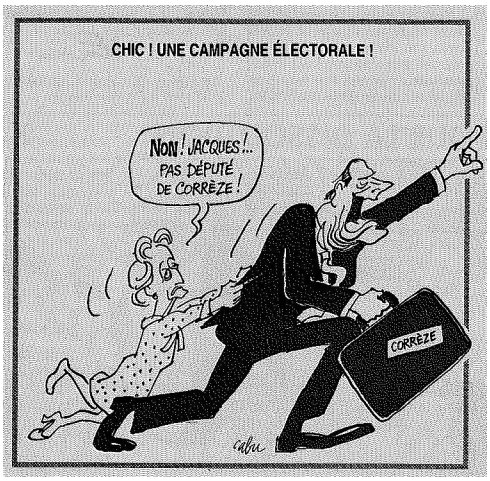


Figure 11.11. (a) A gauche, Wolf et Toul, 24/06/1995, p. 1. **(b)** A droite, Cabu, 23/04/1997, p. 8.

11.3.2.2 Jeux avec des procédés d'énonciation

Les procédés de ce groupe proposent un jeu au niveau de l'énonciation, entre le dit et le non dit mais suggéré (voir la section 4.5.). Comme le signale Laurent Perrin[312], « les procédés tropiques et ironiques ne tiennent pas fondamentalement à la configuration des phrases que l'on construit sous la contrainte des règles de la langue mais aux stratégies que le locuteur met en jeu dans son discours ». Dans le cadre d'un discours satirique, le but principal est de railler afin de disqualifier.

Comme nous l'avons mentionné dans le quatrième chapitre, l'emploi de l'ironie dans la presse est conditionné à l'existence d'un contrat de lecture particulier entre le journal et le lecteur, car si celui-ci n'est pas au courant de sa possible utilisation, il court le risque d'interpréter le message dans un sens littéral. Les figures qui font appel à l'implicite favorisent la construction d'un rapport de complicité avec le lecteur, seulement si celui-ci dispose des compétences encyclopédiques nécessaires pour trouver le sens caché du message.

L'ironie et d'une manière plus localisée, l'antiphrase, sont des procédés vastement utilisés par les deux journaux, de même que l'allusion, encore que d'une façon plus accentuée dans S/12. Il est bien connu que les deux premières peuvent être signalées dans le discours par certains marqueurs comme les points d'exclamation ou les guillemets. C'est le cas du titre « Chirac déprime mais se réjouit de la "fatigue" de Sarkozy » (25/05/2005). Les guillemets indiquent la prise de distance de l'énonciateur sur l'énoncé, mettant en doute que Nicolas Sarkozy soit fatigué, et faisant ainsi allusion –de par la connaissance du contexte large de l'énoncé- à ses problèmes conjugaux avec sa première épouse. Un exemple clair d'antiphrase est le titre « Ces pauvres qui nous gouvernent » (10/04/2002), dont l'article fait référence aux revenus et au patrimoine de la classe politique, et dénonce la diminution de la valeur déclarée effectuée par certains d'entre eux.

Il est habituel dans les deux corpus analysés de partir d'une citation du Président afin de la tourner en dérision l'associant à un contexte fictif et/ou absurde. C'est, par exemple, le cas de la caricature présentée pour illustrer la contradiction entre les signes linguistiques et les signes icono-plastiques (voir le Tableau 11.5.), où J. Chirac a parlé d'une « Présidence modeste », ou du Titre 1 du Tableau 11.1.

[312] Cité par L. Martin, 2009.

De même que l'ironie et ses variantes, l'allusion met à l'épreuve la capacité interprétative du lecteur de par l'activation des références non directement liées au sujet de l'actualité traité. Sa reconnaissance suscite la connivence d'un récepteur initié. Ce dernier éprouve un plaisir qui peut devenir d'autant plus fort que l'allusion à un autre texte est moins évidente. L'interprétation instantanée des codes appropriés sert à que le récepteur s'identifie comme un membre d'un club exclusif. Chaque acte d'interprétation produit sous ces conditions, servira à renouveler l'adhésion du membre au club.

Le titre « Chichi vérolutionnaire », publié le 24 mai 1995, met en évidence le besoin, souvent expérimenté, de prendre en considération l'article afin de comprendre le sujet dont porte le titre. Jacques Chirac vient d'être élu Président de la République et pendant un cocktail organisé à son honneur, un ami à lui plaisante sur l'envie des invités de serrer la main du Président. Il évoque les temps monarchiques, quand on croyait que les rois pouvaient soigner la vérole et les écrouelles par l'attouchement. Le titre est riche en figures : non seulement l'allusion signalée, mais aussi la métathèse de phonème (l'inversion de deux phonèmes en contact), qui instaure, de son côté, un jeu avec le terme vérole.

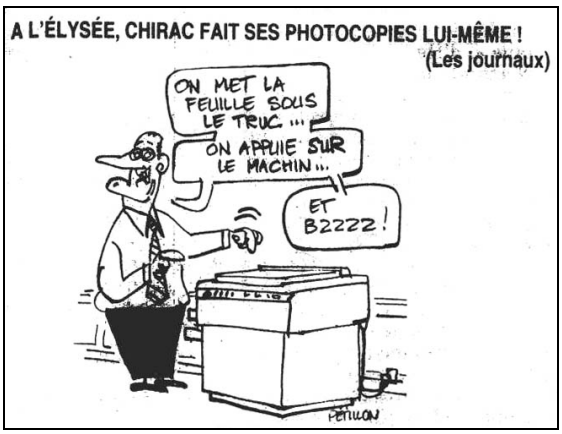


Figure 11.12. (a) A gauche, Cabu, 3/04/2002, p. 3. **(b)** A droite, Pétillon, 14/06/1995, p. 7.

Nous avons vu que la parodie et le pastiche sont combinés dans la stratégie satirique et humoristique de S/12, notamment à partir de ses titres. Le supplément parodie le journal dont il dépend, en même temps qu'il recourt au pastiche pour tourner en dérision certaines caractéristiques stylistiques de la presse traditionnelle. Le CE n'est pas étranger à ce procédé, s'attaquant parfois à la manière de traiter un fait politique par les médias journalistiques. Dans ce contexte, la parodie devient ironique ou sarcastique. C'est le cas de la caricature de Pétillon (Figure 11.12.), dans laquelle il adopte un ton sarcastique –le faux éloge accentué- pour se moquer de la couverture faite par la presse sur la « simplicité » du Président élu.

D'autres fois, la parodie prend comme cible les actions ou déclarations des dirigeants politiques. L'équipe de S/12 a traité comme sujet de la semaine ce qu'il a considéré comme un refus du gouvernement de toute initiative susceptible de susciter des réactions critiques pour après les élections présidentielles. La caricature publiée à la Une le 29 avril 1995 fait allusion à cette situation dans un contexte complètement différent (incohérence insolite), où face à la question du prêtre d'épouser sa fiancée, le marié demande s'il peut répondre après le 14 mai, date des élections. Le gros titre ancre le sens implicite de cette image : « *Hasta dentro*

de dos semanas, no pasa naranja. Nada se pierde, todo se posterga » (« D'ici deux semaines, rien ne se passe[313]. Rien ne se perd, tout est repoussé »).

Comme le signale L. Martin (2009), la parodie et le pastiche servent/servaient à caractériser le style du CE : « La parodie et le pastiche formaient le complément indispensable des rubriques où les coquilles et dérapages de la presse étaient épinglés et trouvaient place dans une pédagogie de l'erreur qui n'épargnait personne ». L'esprit de ces formes du risible semble intact. Un bon exemple de parodie est la caricature de Cabu au moment d'une visite de J. Chirac en Chine [voir la Figure 11.13. (a)]. Il faut dire que le CE est cohérent dans sa posture de considérer que la politique du gouvernement français privilégie les intérêts commerciaux au détriment des droits de l'homme à l'étranger. En parodiant la célèbre phrase de de Gaulle « Vive le Québec libre ! » lors d'une visite officielle au Canada, on cible le président Chirac tout en prenant de la distance par rapport à ce fait politique des années 60. Loin de son maître, le cri provient d'un Président en petite tenue face au miroir dans sa chambre d'hôtel, sous les yeux résignés de sa femme. Le titre sarcastique amplifie encore la moquerie dévastatrice.

Bien que la litote humoristique soit un procédé très utilisé dans les conversations quotidiennes, il a été peu détecté dans les deux corpus de titres et images analysés.

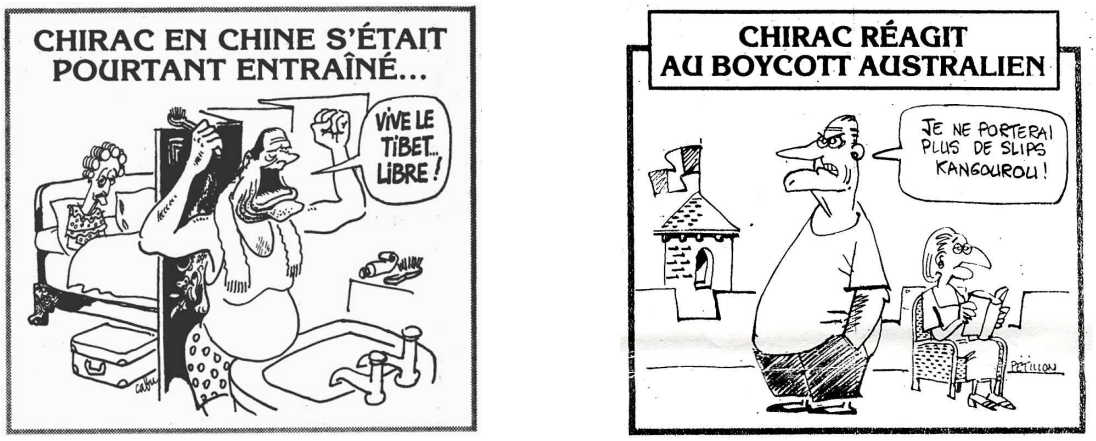


Figure 11.13. (a) Cabu, 21/05/1997, p. 4. **(b)** Pétillon, 9/8/1995, p.1.

11.3.2.3 Jeux sur le sémantisme des signes

La distinction entre incohérence insolite et incohérence paradoxale proposée par P. Charaudeau s'est avérée être très opérationnelle, saisissant deux manières habituelles de faire de l'humour satirique. Il s'agit des procédés étroitement liés au bagage culturel, qui dépendent des imaginaires sociaux existant dans une société.

<u>Incohérence insolite</u>

Parmi les cas d'intertextualité décrits par J.-M. Defays dans le comique, le « déjà-vu » est une technique très habituelle dans nos corpus, surtout dans le CE, à partir de la déformation des dictons ou des expressions familières. « Si le comique aime prendre appui

[313] L'expression familière utilisée n'a pas d'équivalents en français.

sur le connu, c'est pour ensuite mieux surprendre, dépayser. Car le jeu du 'déjà-vu' est aussi celui de l'attente que crée la répétition et de l'inattendu qui vient la rompre » (1996 : 44-45). Les dictons ou proverbes sont brefs, elliptiques et imagées ; ils sont porteurs d'une sagesse populaire fondée sur l'expérience et sont partagés par les membres d'une société donnée. En accord avec F. Evrard (1996 : 71), « l'aspect volontairement stéréotypé, le péremptoire, le conformisme d'une vision du monde non critique, propres au proverbe, ont incité de nombreux écrivains à opérer une réécriture au second degré ».

Les métaphores figées sont abondantes dans les titres qui traitent de Jacques Chirac car le CE opte, avec une certaine fréquence, pour la familiarité qu'une expression figée produit chez le lecteur –bien que, comme nous l'ayons vu, le registre courant est le plus récurrent. En accord avec J.-M. Defays, on obtient un ton comique en utilisant ces phrases dans des contextes non prévisibles. La substitution est une figure utile pour ce faire, comme en témoigne le titre « Chirac met les palmes dans le plat » (14/05/1997). Il fait référence à une maladresse commise par le Président au Festival de Cannes. Une substitution sarcastique à l'occasion de la participation de Carlos Menem dans un match de football est le titre du 12 août 1989 : « *Goles, paz y trabajo* » (« Des buts, de la paix et du travail ») où les buts prennent la place de la santé, dans le dicton religieux associé à Saint Pancrace.

Un dernier titre que nous citerons comme exemple lie un dicton religieux à des expressions figées : « A la télé, la peur du Président est le commencement de la sagesse. Un peu de ménage et quelques bonnes manières dans les télés » (17/5/1995). On constate la substitution de « La crainte du Seigneur », pour « la peur du Président », en même temps que cette dernière renvoie aussi à la phrase « la peur du gendarme ». En outre, on établit une analogie entre le ménage et les bonnes manières –isotopie du foyer- et les chaînés de TV. L'article porte sur les menaces que France 3 aurait reçu après la présidentielle de 1995 pour avoir été balladurienne. D'après le CE, la peur s'étendrait aux autres médias et personnalités médiatiques non chiraquiens.

L'incohérence insolite se construit à partir d'analogies qui associent des idées dont le lien ne va pas de soi. Au niveau icono-plastique, des acteurs politiques sont parfois représentés dans des contextes fictifs ou en train de faire des actions imprévisibles. Plusieurs dessinateurs font recours à ce procédé dans le CE –bien plus rare chez les auteurs de S/12- et dans le huitième chapitre, nous avons appris que cette façon de traiter l'information devient même caractéristique du dessinateur Cabu, dont les caricatures présentent souvent une grande richesse visuelle [voir, par exemple, la Figure 8.31. (b) de la page 292].

La découverte du lien entre deux idées est d'autant plus difficile que leur rapport est insolite. Au cours des chapitres précédents, nous avons vu que la combinaison de deux faits d'actualité est une technique habituelle dans les titres et surtout dans les caricatures et *strips* politiques. Ainsi, dans la Figure 5.9. (c) de la page 184, Pancho défie le lecteur en mettant en rapport la concurrence politique entre J. Chirac et N. Sarkozy (la perte de pouvoir du chef de l'Etat face au Président de l'UMP) et le bicentenaire du Service des Objets Trouvés de la RATP. Un dernier exemple d'incohérence insolite que nous présenterons nous est donné par une caricature de Pétillon, publiée lors de la reprise des essais nucléaires en 1995, dans laquelle on attribue au Président des propos absurdes, en faisant des associations ridicules [Figure 11.13. (b)]. Est-ce que cette caricature serait le présage de la présupposée apparition

de Chirac nu sur la terrasse du Fort de Bregançon prise par l'objectif d'un appareil photo ? (!)[314].

Le comique de l'absurde oscille entre l'incohérence insolite et l'incohérence paradoxale, selon que le mécanisme de base repose –comme nous venons de le voir- sur une association inhabituelle mais pour laquelle on peut retrouver un lien logique ou sur une association contradictoire.

Incohérence paradoxale

Le procédé consistant à attribuer aux personnages politiques des propos absurdes et souvent paradoxaux est très caractéristique du style de S/12, et notamment des caricatures de Rudy et Toul. Dans ces images, la situation représentée, si normale qu'elle puisse paraître –il s'agit d'une conférence de presse- devient complètement invraisemblable : des questions et des réponses paradoxales, des évidences présentées comme des incertitudes (suspension de l'évidence, Escarpit, 1960), des pléonasmes, des tautologies, des fautes de raisonnement (Freud, 1988) ciblent non seulement le dirigeant politique mais les journalistes. Ce fait contribue à la stratégie parodique et de pastiche envers le discours journalistique mise en place par le supplément argentin, déjà traitée dans la section 11.1.

La Figure 11.14. est un exemple du cas présenté (voir aussi la traduction du dialogue présenté ci-dessous). A une question ridicule suit une réponse du même ton : un journaliste demande s'il n'a pas peur de commencer son mandat au milieu de la crise alors qu'il s'agit de sa réélection et donc d'une poursuite de sa politique. Le message que le Président aurait pour les Argentins, ce serait de les insulter, en faisant allusion à une phrase attribuée au secrétaire d'Etat, Carlos Tacchi, qui était réputé pour s'exprimer avec un registre populaire et vulgaire : « *Voy a hacer mierda a los evasores* » (« Je vais faire chier ceux qui ne paient pas leurs impôts »).

[314] Certains chercheurs dans le domaine du comique ont pensé à cet événement en regardant cette image, lors d'une communication que nous avons faite dans le Colloque « Faire rire : mode d'emploi », organisé par le CORHUM en 2007. Cependant, cet événement s'est produit en 2001, six ans après la date de parution de la caricature.

Dialogue traduit :

- Monsieur le Président. Vous n'avez pas peur de commencer votre mandat au milieu de la crise ?
- Ne vous inquiétez pas. J'arrive le 8 juillet et je fixe tout.
- Monsieur le Président. La moitié du pays a voté pour vous. Qu'est-ce que vous en pensez ?
- Bon… il y a toujours quelques inadaptés qui se trompent.
- Vous faites référence à ceux qui vous ont voté ou ceux qui ne l'ont pas fait ?
- Je ne sais pas. Demandez aux sondeurs.
- Sur quoi repose votre triomphe, d'après vous ?
- Au fait que j'ai gagné.
- Est-ce que vous avez un message pour les Argentins ?
- Oui, mais Tacchi l'a déjà donné.

Figure 11.14. Rudy et Toul, 20/05/1995, p. 2.

Un exemple d'incohérence paradoxale du côté du CE est la Figure 11.15. (a), où J. Chirac essaye de « raisonner » sur l'échec des élections législatives à la suite de la dissolution de l'Assemblée Nationale en 1997. Ce procédé peut être efficace pour construire l'image d'un gouvernant contradictoire.

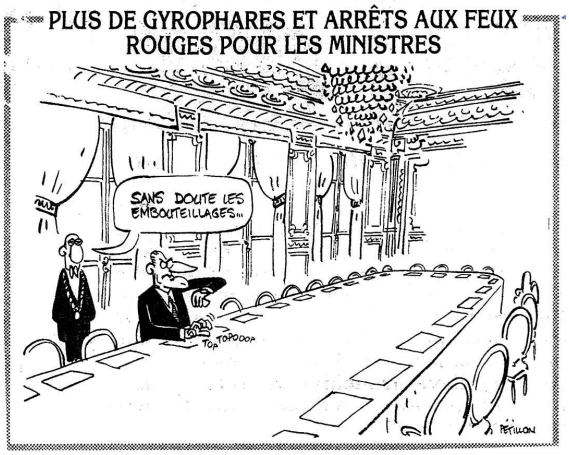


Figure 11.15. (a) A gauche, Lefred-Thouron, 28/5/1997, p. 1. **(b)** A droite, Pétillon, 24/5/1995, p. 5.

La technique qui se centre sur l'inversion d'une situation a été mentionnée par Henri Bergson dans son célèbre ouvrage sur le rire et le comique (voir la section 1.4.4.) et par Mikhaïl Bakhtine, qui trouve dans le monde à l'envers l'esprit des célébrations carnavalesques du Moyen Âge et sous la Renaissance (voir la section 1.3.5.). Deux exemples d'une action qui se tourne contre le personnage et qu'on a souvent nommé ironie du sort (voir la section 1.3.6.), nous sont donnés par, d'un côté, une caricature où Pétillon traite la mesure prise par le chef de l'Etat, à peine élu, d'empêcher les voitures gouvernementales de brûler les feux rouges [voir la Figure 11.15. (b)] ; de l'autre, une caricature de Wolf et Toul sur la campagne pour la réélection de C. Menem en 1995 [voir la Figure 11.16. (a)] Cette caricature représente le couple candidat pour le Parti Justicialiste (Carlos Menem comme Président et

Carlos Ruckauf comme Vice-Président) à la tête du *Menemóvil*, le bus utilisé pour parcourir le pays. Le premier dit au deuxième : « C'est la dernière fois que nous faisons une caravane à travers la province de Buenos Aires ». Il s'agit d'une inversion puisque c'est sous le mandat de C. Menem qu'on a installé des péages en Argentine.

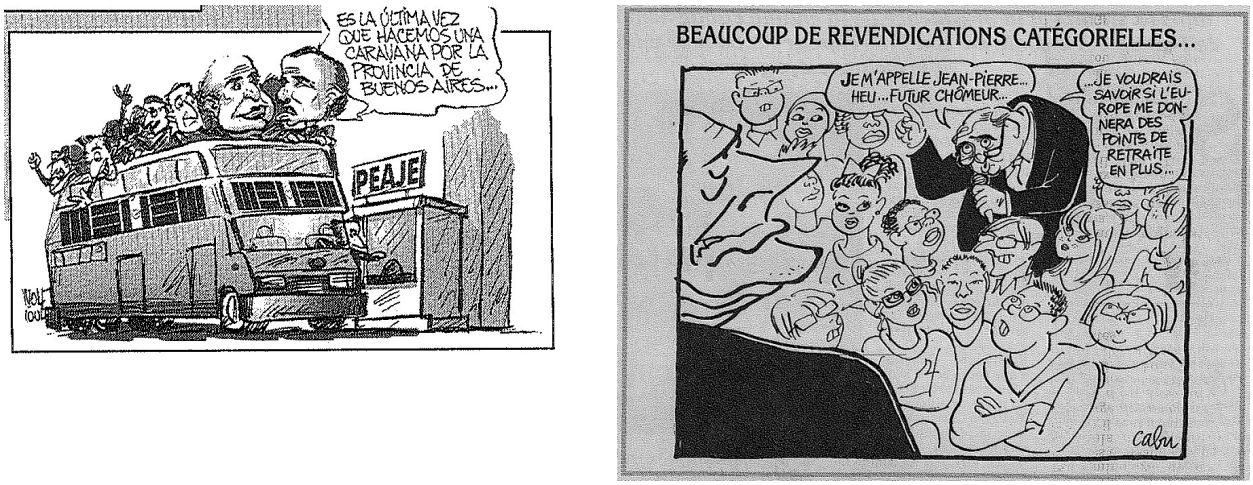


Figure 11.16. (a) A gauche, Wolf et Toul, 29/04/1995, p. 2. **(b)** A droite, Cabu, 20/04/2005, p. 8.

En ce qui concerne l'inversion de rôles, voici deux exemples : la Figure 8.42. (b) de la page 304, où l'on présente la récemment nommée ministre de la Défense, Michelle Alliot-Marie, comme une élève qui doit apprendre les grades militaires ; et la Figure 11.16. (b), où Jean-Pierre Raffarin prend la place d'un jeune dans le débat télévisé organisé par l'équipe du Président à l'époque du référendum pour la Constitution européenne.

Un dernier procédé que nous allons considérer à l'intérieur de l'incohérence paradoxale est le zeugma, qui, quoique peu fréquent dans les deux corpus des titres et des images analysés, est une figure subtile et tout à fait intéressante dans sa façon d'introduire des éléments incongrus. Le contre-sens vient par une rupture sémantique, et dans les cas que nous avons identifiés du CE et de S/12, il est moins au service de la production d'un effet comique que d'une critique envers un fait politique.

Le titre « Chirac président de la République et des marchés parisiens », du 7 mai 1997, peut être considéré comme un zeugma ironique qui établit une dissymétrie entre : le poste suprême versus un poste bien moins important, le pays versus la ville, le Président qui règne sur tous les domaines (sauf en cas de cohabitation) versus un spécialiste des affaires économiques. Le CE tourne en dérision un discours improvisé de Jacques Chirac sur l'importance des marchés parisiens, adressé aux producteurs de muguet des halles de Rungis. Aux yeux du journal, le Président s'intéresse aux questions qui ne sont pas du tout de sa responsabilité. L'exemple qui suit est identique étant donné le fait qu'il met sur le même plan deux idées qui ne le sont pas : « Le programme choc de Chirac-Juppé. L'extinction du paupérisme et des gyrophares » (24/05/1995). On parle de deux mesures présentées au début de la présidence de J. Chirac, l'une très importante et utopique puisque impossible à accomplir (en finir avec le paupérisme) et l'autre jugée mineure et banale à plusieurs reprises par le CE, celle d'empêcher les ministres de brûler les feux rouges.

Dans S/12, nous avons reconnu un zeugma plus subtil qui ne présente pas une critique envers le Président mais, encore une fois, envers le traitement informatif de la presse.

« *Reelección. Muchos argentinos van a volver a votar a Menem* » (« Réélection. Beaucoup d'Argentins vont voter Menem à nouveau » ; 6/05/1995). Le surtitre et le titre présentent des informations qui se superposent et c'est notamment le terme *réélection,* celui qui introduit la contradiction, puisqu'il fait référence autant à l'action d'élire qu'à son résultat. Il rompt avec l'ordre chronologique, en présentant le résultat comme un fait. A partir de cela, on pourrait penser que le journal cible le traitement journalistique que l'on a fait de l'événement, puisqu'à cette époque, c'était monnaie courante de présenter les résultats électoraux comme évidents. D'autre part, on peut aussi mentionner l'utilisation d'une répétition pour construire le sens de quelque chose qui se répète, c'est-à-dire, la réélection. Il y a ainsi une convergence entre le niveau de la forme et le niveau du contenu.

11.3.2.4 Jeux sur le registre de langue

Le CE et S/12 se servent du décalage de registre de langue afin de produire un effet comique encore qu'ils ne le font pas d'une manière très insistante. Nous avons vu dans les chapitres correspondant à l'analyse des titres et des images du corpus de référence et du corpus d'application que le registre de langue courant est de loin, le plus habituel. On fait peu recours au registre populaire et vulgaire et pour le cas particulier de l'hebdomadaire français, il s'agit souvent des citations des expressions que Jacques Chirac aurait lui-même utilisées dans son cercle privé et qui auraient été transmises aux journalistes du journal. Ces expressions ont contribué justement à la construction de l'image d'un personnage qui aime cette façon populaire et vulgaire de parler. Voici deux exemples présentés précédemment : « Il faut remuer le cul ! » (13/04/2005) et « On les a bien niqués ! » (12/06/2002).

Un exemple où l'on établit une antithèse verbale par rapport à l'utilisation de deux registres opposés est la Figure 10.25. (b) de la page 354, publiée à la Une de S/12 lors d'une visite officielle de C. Menem aux Etats-Unis. La phrase en anglais a été mal traduite, de façon à atténuer le ton vulgaire –et indigné- de la question : « Oh, on a fixé la statue pour accueillir le président Menem ».

11.3.2.5 Des références culturelles, au croisement des procédés discursifs

Après ce long parcours dans lequel nous avons fait le tour des différents procédés identifiés dans le corpus de référence et d'application, nous aimerions nous arrêter sur le rôle central joué par les références culturelles dans les procédés discursifs. Ces formes de renvois intertextuels émergent dans le texte explicitement ou restent cachées à l'attente d'un esprit vif qui les découvre. En accord avec J.-M. Defays (1996), nous considérons l'intertextualité comme une des grandes sources et un des enjeux principaux du comique. En effet, c'est de par sa présence dans les textes analysés que nous lui avons donné le statut d'une dimension à part entière. Des références à des œuvres artistiques, des parodies des discours politiques d'antan, des substitutions des proverbes et dictons, des déformations des expressions figées, des autocitations… Le comique oscille entre la familiarité que ces renvois intertextuels éveillent en nous et la surprise qu'ils doivent provoquer pour nous amuser : une tension entre l'imitation, la reproduction et la transformation, l'écart.

Figure 11.17 (a). A gauche, Pétillon, 7/06/1995, p. 8. **(b)** Au milieu, Lefred-Thouron, 5/07/1995, p. 8. **(c)** A droite, Kerleroux, 21/06/1995, p. 5.

Lors de nos analyses, nous avons retrouvé dans le CE soit des caricatures très similaires qui s'appliquaient à des faits d'actualité différents, soit les mêmes idées travaillées par deux ou trois auteurs, comme nous l'avons déjà montré. Un autre cas –qui comprend aussi le précédent- ce sont les caricatures qui « dialoguent » entre elles, publiées à quelques semaines d'intervalle et qui font référence à un même thème. Nous pensons à deux images de Pétillon et Lefred-Thouron, qui portent sur la cote de popularité du Président Chirac [voir la Figure 11.17. (a) et (b)]. Elles constituent un exemple d'autocitation -du journal envers la création de ses dessinateurs-, une sorte d'intertextualité restreinte élargie (voir la section 4.5.2.), car les renvois correspondent à deux auteurs différents. Ce type d'intertextualité est seulement reconnaissable chez des lecteurs très fidèles puisque les caricatures ont été publiées à un mois d'intervalle. Néanmoins, leur identification n'est pas une condition indispensable pour apprécier la dérision, qui se centre plutôt sur les mauvais résultats atteints par le candidat à la présidentielle E. Balladur en 1995, en dépit des sondages qui le donnaient gagnant. Le fait de reconnaître cette autocitation est un plus, un clin d'œil de l'auteur vers les « Canards dépendants ».

11.3.3 Convergence entre des traits de caractère et des procédés

Bien que nous n'ayons pas été en mesure d'établir une association nette entre la correspondance des traits de caractère avec des procédés satirico-humoristiques à partir des méthodes statistiques (voir la section 8.4.3.) puisque les chiffres restent faibles, nous avons identifié quelques cas particuliers qu'il vaut la peine de considérer d'un point de vue qualitatif. Lors d'une interview que nous avons menée avec Patrick Charaudeau[315], il a parlé du comique de répétition comme un procédé volontaire de la part de l'humoriste mais dont la répétition fait preuve d'une pathologie obsessionnelle et donc involontaire chez le personnage comique. Ce dernier revient sur la même idée ou situation sans s'en rendre compte. Il est intéressant de réfléchir, à partir de cette perspective, sur le traitement fait par le CE à propos des essais nucléaires présenté plus haut.

[315] Interview réalisée le 21 mars 2009.

En plus de la campagne négative mise en œuvre par le CE contre la mesure, on a souvent présenté le personnage Chirac comme étant obsédé par les essais nucléaires et par les conséquences négatives que cette décision a eues sur son image. Rappelons que sa popularité avait baissé plusieurs points à cette époque-là. L'hebdomadaire français a souvent caricaturé le personnage Chirac, le présentant comme instable, irrationnel, vindicatif et contradictoire : il voulait se venger de la suprématie de l'Australie et la Nouvelle-Zélande dans la coupe du monde de rugby en faisant des essais nucléaires près d'eux [Figure 11.17. (c)] ; il voulait faire des essais dans les arrondissements de Paris où son parti n'avait pas gagné dans les élections municipales [Figure 11.18. (a)],. Il est effectivement devenu obsédé par le sujet : voir la Figure 11.18. (b) et la Figure 5.9. de la page 184. La répétition est ici présente par l'insistance du journal dans le traitement de ce sujet.

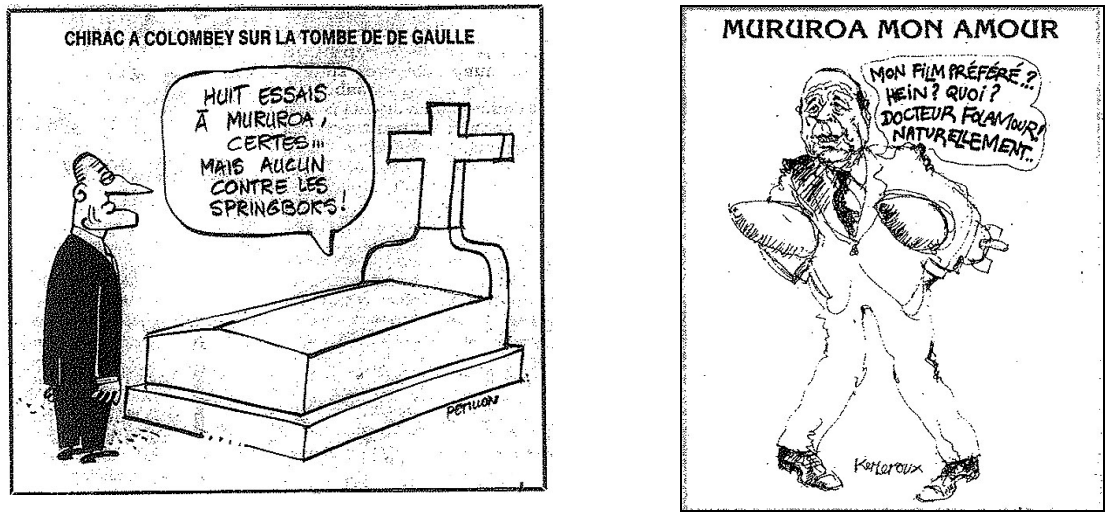


Figure 11.18. (a) A gauche, Pétillon, 21/06/1995, p. 8. **(b)** A droite, Kerleroux, 26/07/1995, p. 5.

Un autre exemple d'association entre la construction de l'image du personnage Chirac comme étant obsédé et l'emploi de la répétition se produit lors de la campagne présidentielle de 2002. Selon le CE, la campagne du candidat semble reposer sur un seul argument : l'insécurité, et il le répète de manière systématique, mécanique. La Figure 11.19. (a) est un bon exemple du « mécanique plaqué sur le vivant » cher à H. Bergson. Pétillon a contribué à la caractérisation du personnage comme obsédé et répétitif par rapport à l'insécurité dans plusieurs caricatures dont témoignent la Figure 11.19. (a) et la Figure 8.22. de la page 284.

Figure 11.19. (a) A gauche, Shertman, 3/04/2002, p. 2. **(b)** A droite, Pétillon, 3/04/2002, p. 6.

Après avoir associé la répétition à l'obsession, nous réfléchirons à propos du quiproquo, qui peut servir pour construire l'image de quelqu'un qui fait des maladresses et des bourdes, mettant en évidence un manque de connaissances. *Quiproquo* vient du latin *quid pro quod*, une chose qui est à la place d'une autre. Carlos Menem est présenté comme un Président qui a commis plusieurs bourdes, un terrain qui se prête bien aux moqueries des satiristes. Le quiproquo des exemples cités est en plus porteur d'une critique sous-jacente. Dans la Figure 11.20. (a) on se sert d'une homéotéleute (*distribuir* et *destruir*) pour présenter la « face cachée » du personnage, liée à la politique néolibérale appliquée dans son gouvernement : « - Et alors ? Qu'est-ce que tu as pensé de mon discours ? », demande C. Menem. « –Bien, mais vous étiez censé dire 'distribuer' 300000 postes de travail et non pas 'détruire' ». Dans la Figure 11.20. (b), le Président argentin est indigné : « Pour qui se prend ce Lemas ? Ici les lois sont miennes ! ». La loi de Lemas fait référence à un système électoral particulier qui est appliquée dans certaines élections provinciales en Argentine. Au-delà du fait de se tromper, le personnage se montre autoritaire, ne respectant pas la division de pouvoirs.

Figure 11.20. (a) A gauche, Rudy et Pati, 6/05/1995, p. 2. **(b)** A droite, Rudy et Pati, 3/06/1995, p. 2.

Nous finirons avec une certaine correspondance parmi les caricatures qui se centrent sur le rapport entre le président Chirac et son premier ministre Raffarin -le premier montré comme pourvu d'autorité, le deuxième méprisé par son chef-, et l'emploi du sarcasme. Cette

figure rhétorique est revêtue d'une forte charge agressive et critique, beaucoup moins dissimulée que l'ironie. Pour l'analyse du fonctionnement de ce procédé, il est très enrichissant de se baser sur la théorie de la polyphonie et de différencier les voix qui opèrent dans le texte mixte, tel que nous l'avons vu dans la section 11.1.2.3. pour les titres ironiques. Les voix des auteurs –et indirectement du journal- s'entremêlent avec les voix attribuées aux personnages représentés dans les situations récrées. Le sarcasme, en tant que figure macrostructurale, est identifiable à partir de la conjonction des marques linguistiques –qui peuvent s'appuyer parfois sur des marques icono-plastiques- et des éléments extratextuels. La Figure 8.27. (c) et la Figure 8.28. de la section 8.3.1. (page 289), sont des exemples où le sarcasme est double : non seulement le personnage Chirac est sarcastique envers son Premier Ministre, mais aussi le titre de la caricature renforce le sens de confrontation.

Des travaux sur des productions comiques comparatives entre la France et l'Espagne qui ont constitué le dossier de la revue *Question de communication 10* ont signalé un recours majeur au sarcasme par les auteurs espagnols alors que les Français étaient identifiés comme plus ironiques. A propos de l'utilisation du comique dans la chronique de la presse quotidienne, Manuel Fernández et María Dolores Vivero García[316] disent : « C'est l'ironie qui domine dans les chroniques françaises alors que le sarcasme est plus fréquent dans les chroniques espagnoles, l'ironie se combinant souvent au sarcasme, ne laissant ainsi pas de doute sur la position du journaliste. Peut-être faudrait-il y voir une moindre familiarité avec l'ironie dans le contexte culturel espagnol, et un besoin d'assurer son interprétation ». Considérant la forte influence ibérique dans la culture argentine, nous tendions à transférer cette différence entre le style français et espagnol au cas de l'Argentine. Pourtant, nous n'avons pas détecté une différence très significative entre les titres et images de S/12 et du CE.

11.3.4 Conclusions partielles

L'adaptation de la classification de Patrick Charaudeau que nous avons effectuée à partir de nos corpus d'analyse s'est avérée très productive car elle a rendu compte d'une grande richesse de la part des deux journaux considérés. L'ensemble de procédés a été repéré dans les deux cas et nous pouvons même dire que certains des moins habituels et des plus habituels coïncident. Parmi les premiers, on trouve la litote, le néologisme et l'inversion, entre autres. Parmi les deuxièmes, l'ironie, l'allusion et l'incohérence insolite, les deux premiers jouant entre le dit et le non dit, le troisième établissant des analogies inattendues. Le grand manquant du côté argentin, c'est le jeu centré sur les signifiants au niveau linguistique, et parmi ces procédés, le calembour, un procédé pourtant distinctif du CE. Le double sens est aussi moins exploité par S/12 en termes comparatifs. Ces résultats reviennent à ce que nous avons dit précédemment pour les titres de S/12, où les figures de pensée l'emportent sur les figures de mots, les figures de contiguïté et les figures de double sens. En échange, l'incohérence paradoxale devient caractéristique de son style, en défiant la logique et le sens commun.

[316] M. Fernández et M. D. Vivero García (2006). L'humour dans la chronique de la presse quotidienne. *Question de communication*, *10*, p. 99.

Ainsi que le fait de détecter les procédés les plus utilisés nous permet de caractériser le type d'humour d'un journal, il est également important de considérer ceux qui ne sont jamais ou très rarement employés. C'est le cas de l'humour noir, du grotesque et de l'humour scatologique, des techniques qui se combinent avec un traitement thématique particulier. Elles sont pratiquement absentes dans les deux corpus.

L'étude réalisée nous a permis de vérifier, encore une fois, l'importance de considérer les figures rhétoriques et les références culturelles dans nos analyses, car si les premières sont au cœur de certains procédés satirico-humoristiques, les deuxièmes sont centrales dans les procédés discursifs.

11.4 En guise de conclusion : le genre satirico-humoristique, entre engagement et désengagement

Au cours de ce chapitre, nous nous sommes plongée dans le phénomène des procédés satirico-humoristiques en nous focalisant sur des aspects divers. Nous avons fait trois études indépendantes et pourtant complémentaires afin de saisir des traits communs au CE et à S/12 mais aussi des spécificités propres, qui servent à configurer leur style. Ces études nous ont permis d'approfondir les analyses présentées dans les chapitres précédents des résultats.

Nous avons étudié le rôle que l'absurde, l'ironie, la parodie et le canular jouent dans les titres du supplément argentin, à partir desquels ce dernier non seulement prend de la distance vis-à-vis des faits de l'actualité traités mais subvertit aussi le style du discours journalistique et plus ponctuellement du journal auquel il est attaché, *Página/12*.

Nous avons analysé les formes dont les signes linguistiques et les signes icono-plastiques s'articulent dans les caricatures politiques du CE et de S/12, en identifiant les fonctions que le verbal et le visuel accomplissent selon les trois composantes de notre modèle triadique. Ainsi, nous avons appris que l'investissement que chaque langage fait dans la construction de la situation imaginaire est déterminant dans le rôle et l'importance que tous les deux auront dans le jeu instauré dans la caricature.

Même quand nos corpus sont constitués exclusivement par des textes mixtes, la primauté du jeu linguistique dans les corpus de référence et d'application (2/3 des caricatures), nous renvoie à la pensée de Roland Barthes évoquée plus haut (voir la section 4.3.2.), qui avertit sur l'hégémonie de la parole. Les raisons que nous pouvons avancer pour expliquer cette prépondérance du jeu linguistique dans les caricatures politiques correspondent à celles présentées dans l'Introduction. La première consiste à affirmer que, quoique la caricature soit un discours satirico-humoristique –qui vise à dénoncer, disqualifier, alerter mais aussi à amuser-, le lien serré que ce type d'image maintient avec le fait d'actualité oblige l'auteur des caricatures à donner un minimum d'information nécessaire qui facilite la tâche d'interprétation du lecteur. Ceci pourrait être en rapport avec une plus grande facilité et entraînement dans l'interprétation de messages complexes verbaux et non pas tellement visuels, étant donné les caractéristiques inhérentes à chaque langage (structure linguistique linéale, co-présence spatiale d'unités icono-plastiques).

La troisième étude constitue un effort pour faire une taxonomie des procédés satirico-humoristiques qui vise à la systématicité dans un domaine qui reste assez flou. Elle présente en plus deux autres forteresses : elle se base sur l'analyse d'un vaste corpus des titres et des images issus du discours satirique s'inscrivant dans deux cultures différentes ; et elle prend comme corpus de référence un produit médiatique qui fait un usage riche en nombre et en variété des procédés rhétoriques et stylistiques, ce qui nous permet d'avoir une palette abondante des techniques différentes. Nous avons établi des rapports étroits entre les figures rhétoriques et les procédés comiques et nous avons mis en relief la manière indiscutable dont les références culturelles interviennent dans les procédés notamment discursifs.

La longue liste des exemples présentés dans ces pages a mis en évidence le travail hautement qualifié des dessinateurs et scénaristes qui exige, à son tour, un énorme effort intellectuel de la part du lecteur. Ce dernier doit élucider le fait d'actualité, saisir les références culturelles qui ne maintiennent pas un rapport direct avec lui, interpréter des ironies, des jeux de double sens et des analogies inattendues, parmi tant d'autres recours rhétoriques qui travaillent à un deuxième ou troisième niveau. La récompense, néanmoins, est grande, car la reconnaissance de ce qui est sous-jacent suscite une grande satisfaction intellectuelle et émotionnelle.

Tout au long de nos chapitres de résultats, nous avons appris à quel point les dimensions de la forme analysées dans S/12 et le CE se rapprochent. La représentation graphique des personnages (voir le chapitre 10) et les procédés satirico-humoristiques convergent. Dans tous les deux il y a aussi une primauté du jeu verbal, encore que dans le CE on détecte une interaction plus étroite entre le linguistique et l'icono-plastique à partir d'une plus grande présence des rapports de complémentarité et de contradiction.

Tous ces éléments confirment la validité d'une perspective transculturelle de l'humour -ou d'une façon plus large- du comique. Mais celle-ci n'implique pas d'effacer les caractéristiques distinctives de chaque culture, ni de chaque média. Nous avons identifié certains traits dans les titres de S/12 qui font que quelques aspects de son style se trouvent aux antipodes du CE. Le recours fréquent au canular, à la fausse nouvelle, fait partie d'une stratégie de ridiculisation de l'actualité politique. Les auteurs de S/12 construisent un simulacre, en présentant un contenu invraisemblable. Ils se situent dans un terrain de détachement humoristique, moins partagé, en échange, par ses collègues français. L'objectif des fondateurs du CE a été de lutter contre les fausses nouvelles. Ce journal combine le traitement satirique avec la pratique d'un journalisme d'investigation, à partir duquel il a dévoilé et dénoncé de nombreux cas de corruption au fil des années. Bien que caricaturé, le contenu journalistique que l'hebdomadaire présente se veut vraisemblable, il se veut le porteur d'une version plus complète de la « vérité » (Lockyer, 2006). Les canulars sont, sans conteste, en dehors de son plan communicationnel.

Si nous reconnaissons dans les deux journaux une intention humoristique, puisque l'on propose de rire ensemble des problèmes du pays qui concernent autant le satiriste que le lecteur, une réflexion nuancée nous mènerait à placer le CE plus près du comique, et S/12 plus proche de l'humour, strictement parlant. Dans le comique, l'objet du rire repose volontiers sur un tiers, alors que dans l'humour, il existe un engagement du locuteur dans son discours, devenant lui-même l'objet du propos humoristique. Nous avons fait référence aux

composants autoréférentiels, métalangagiers et polyphoniques de S/12, à son auto-dérision. Pour lui, la catharsis passe devant la morale.

Nous aimerions faire une parenthèse autour du phénomène d'auto-dérision, qui nous semble être l'une des particularités de l'humour argentin, aussi divers qu'il puisse l'être, et qui émerge subtilement dans quelques titres et images considérés. L'Argentin saurait rire de son malheur, devenant un personnage des blagues et histoires drôles qui circulent dans le pays. Ce serait une intéressante ligne de recherche le fait d'analyser la production humoristique de ce pays en considérant divers médias pour essayer de saisir des traits caractéristiques. Cet objectif ne peut être que secondaire dans l'étude qui nous occupe.

La stratégie de S/12, qui combine des jeux autoréférentiels, de métalangage et de polyphonie font, ensemble avec la transposition des genres, l'écho de ces temps postmodernes ou néobaroques (Calabrese, 1994), décrits par Steimberg (2001, 2004). A cet égard, on voit bien le fait que S/12 est une création de la fin du XX^{ème} siècle. Le CE, en échange, avec des traits stylistiques et « un cadre rédactionnel d'une pérennité rare » (Richard, 2006), reste fidèle à son esprit satirique du début du siècle, plus combatif et engagé, plus moral.

A partir de ce que nous venons de dire, nous revenons sur la première étude réalisée pour nous demander : peut-on toujours concevoir comme satirique l'humour écrit de *S/12*? En accord avec Bonhomme (1998), l'ironie et le paradoxe –auxquelles il faudrait ajouter aussi l'absurde- coupent le langage de la réalité. L'absurde n'est pas un terrain propre de la satire, qui reste ancrée au réel. Et bien que le supplément se base sur des faits d'actualité, il prend de la distance par rapport à eux, mettant ceux-ci en question en proposant une version absurde, fictive et humoristique. Néanmoins, dans le terrain de la politique, le profil de critique, de dénonciation et de contestation si caractéristiques de la satire, sont toujours présents. Le déploiement des procédés rhétoriques permet au journal de développer une stratégie afin de dénoncer ce qui est soupçonné mais nullement prouvé. Par ce fait, il peut être à l'abri de possibles procès pour calomnie et injure qui pourraient être faits contre lui. Ainsi, en désinformant, il cherche à éveiller des consciences.

Nous trouvons juste de qualifier comme *genre satirico-humoristique* le discours caractéristique du CE et de S/12. Un discours qui propose « une vision du monde entre engagement et désengagement » (Evrard, 1996). Attaché à l'actualité politique qu'il critique et ridiculise, il en prend de la distance pour ainsi rire et dédramatiser les malheurs quotidiens.

Ce genre, ce tout aux frontières pourtant perméables, se nourrit d'une grande diversité des formes qui l'enrichissent et le rendent plus complexe : la parodie, le pastiche, l'ironie, le comique de l'absurde, interviennent comme des procédés particuliers et saisissables tandis que le comique, le mot d'esprit et le burlesque transcendent des cas ponctuels et apparaissent de manière plus estompée.

Nous avons élaboré un schéma récapitulatif des traits communs et spécifiques aux deux journaux analysés (voir la Figure 11.21.). Nous proposons de le penser comme un tout qui présente des caractéristiques à des degrés divers. Les éléments qui se trouvent plus à gauche sont plus représentatifs de S/12 et ceux à droite, sont plus représentatifs du CE. Les éléments qui sont au milieu font partie du tronc qui structure le discours des deux corpus. Chaque « rubrique » est présentée avec une couleur différente. En bleu, nous identifions la source principale de l'information traitée ; en vert, la cible ; en rose, les procédés linguistiques

et icono-plastiques ; en violet, des caractéristiques spécifiques des titres ; et en ocre, les finalités majeures du discours des deux corpus.

La convergence de certains traits caractérisant les procédés satiriques et humoristiques des deux corpus nous encouragent à penser ceux-ci en termes d'une grammaire commune, constituée des codes verbaux, pour les textes écrits, et des codes verbaux et visuels, pour les textes mixtes. Cette grammaire admet une grande gamme de combinaisons, et c'est par cette combinaison, en partie, que s'érige le style de toute production discursive.

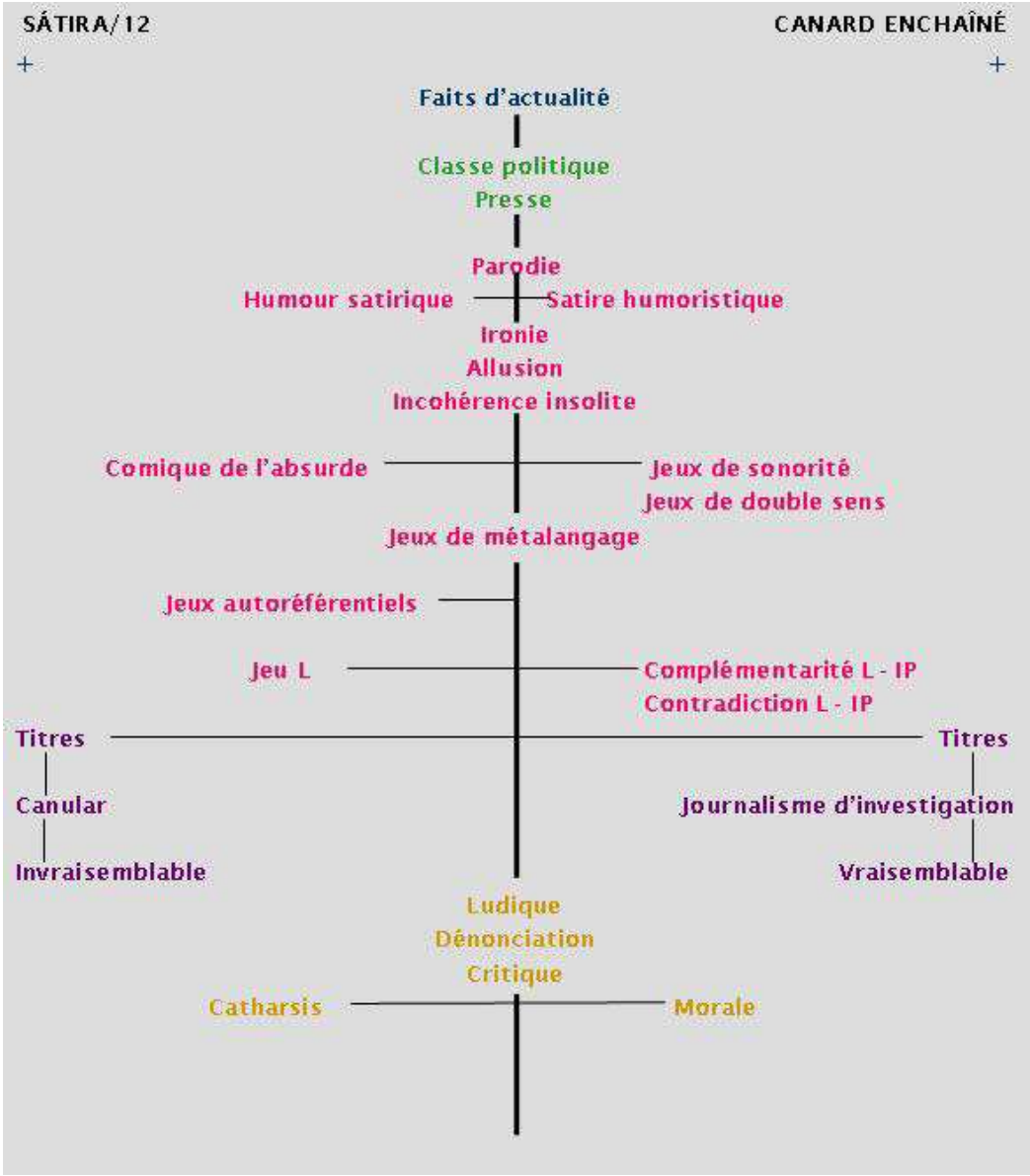


Figure 11.21. Schéma comparatif sur le discours du CE et de S/12 en considérant le macro-thème, la cible, les procédés et les finalités.

Nous pouvons penser le monde du comique comme un grand système polymorphe, qui se nourrit, cependant, des mécanismes qui cherchent à rompre ce système. Les réflexions de J.-M. Defays à propos de cette tension inhérente au comique nous semblent très opportunes : « Quant à son originalité, le comique oscille aussi entre conformité et créativité : d'un côté, il permet de consolider et de vérifier les acquis et les normes dans une communauté et chez ses membres ; d'un autre côté, il se permet de transformer, d'anéantir, d'innover comme on ne le

tolérerait pas d'autres discours » (1996 : 50). Conçu comme un « genre frontière dans l'univers discursif », il le positionne entre « la pure répétition (inutile) et la pure créativité (impensable) » (1996 : 52). Le travail des humoristes et satiristes se fonde sur un socle de techniques testées et d'expériences, mais il serait conduit à l'échec sans une dose de surprise et d'innovation.

Chapitre 12 :

Le portrait du Président

Dans ce dernier chapitre, nous nous intéresserons ponctuellement au portrait que le CE et S/12 dressent de Jacques Chirac et de Carlos Menem respectivement, à partir de trois axes différents. Premièrement, nous testerons une hypothèse de travail sur la procédure utilisée lorsque la satire doit rendre compte des actions positives attribuées au Président, en nous centrant sur notre corpus de référence (section 12.1.). Ensuite, nous analyserons en profondeur les traits de caractère les plus caractéristiques associés aux deux dirigeants politiques dans les titres et images des deux corpus, nous positionnant dans une perspective qui conçoit l'exercice politique dans le cadre d'un phénomène de personnalisation et vedettisation qui se produit à l'échelle mondiale. Pour le cas français, nous étudierons si les traits varient en fonction du contexte politique, en nous appuyant sur des Analyses multivariées (12.2.). Le troisième axe s'attardera sur les personnages Chirac et Menem en considérant leur portrait plastique, journalistique et satirique (12.3.). Dans nos conclusions, nous proposerons de penser la construction de l'image médiatique des hommes politiques comme le résultat d'un processus de stéréotypisation (12.4.).

Nous considérons nécessaire de reprendre ici synthétiquement certains résultats présentés précédemment afin de resituer le lecteur. En outre, ces données donnent lieu à de nouvelles analyses réalisées avec des instruments méthodologiques différents dans le cas du CE. Dans le cas de S/12, elles sont principalement reprises dans un but comparatif.

12.1 Techniques pour compenser le positif

Une de nos hypothèses de travail porte sur l'importance des traits de personnalité négatifs attribués aux dirigeants politiques dans la presse satirique. Face à un événement jugé majoritairement positif par l'opinion publique, nous avons proposé deux voies d'action possibles de la part des journaux satiriques : soit ils consacrent moins d'espace dans leurs pages à ce sujet, soit ils altèrent l'action positive, l'associant à une action négative ou à un trait négatif du personnage. En nous basant sur le corpus de référence, plus important en volume et périodes, nous étudierons quelle est la procédure utilisée par le CE pour compenser les actions jugées positives de la Présidence de J. Chirac. Nous traiterons six cas concrets extraits de ses deux mandats : le 53ème anniversaire de la rafle du Vel'd'Hiv', l'action du Président en Afrique, son intervention dans la guerre aux Balkans, le deuxième tour de

l'élection présidentielle de 2002, la posture de J. Chirac face à la guerre en Irak, et, d'une façon plus générale, les sondages d'opinion favorables au Président.

▪ **Anniversaire de la rafle du Vel'd'Hiv'.** Le 16 juillet 1995, lors du 53ème anniversaire de la rafle du Vel'd'Hiv', Jacques Chirac reconnaît la responsabilité de l'Etat français dans la déportation de presque 13000 juifs sous le régime de Vichy. Les répercussions de cette prise de position publique ont été énormes. Selon un sondage de l'IFOP publié un mois plus tard, 72% des Français ont approuvé ce geste politique et symbolique. Quel traitement a réservé le CE pour cet événement jugé « historique » ? Il occupe moins d'un quart de la dernière page, la fausse Une, avec un article et deux caricatures. Le CE, ce jour-là, est plutôt consacré à des thèmes de politique extérieure : d'une part, la répercussion de la décision de reprendre les essais nucléaires ; d'autre part, la « guerre de mots » que Chirac mène à propos de la guerre dans les Balkans. Dans ce dernier cas, l'image qui prédomine est celle d'un Président qui « se montre fort en gueule par la voix et le verbe (…), (qui) exerce une violence verbale vis-à-vis des adversaires politiques » : l'ethos de puissance de P. Charaudeau (2005 : 107) ; l'image est celle d'un Président qui manque de diplomatie envers d'autres leaders étrangers.

Le titre qui traite de l'anniversaire de la rafle du Vel'd'Hiv' est bien positif : « Chirac gagne l'étape du Vel'd'Hiv » mais le journaliste ne se prive pas, au préalable, de situer l'événement dans un contexte peu favorable au Président et son gouvernement : « Pédalant difficilement dans les problèmes de l'emploi, à la ramasse du côté de Mururoa, tirant la langue dans les cols de Bosnie, l'imprévisible Chirac vient de réussir une splendide échappée entre Vichy et le Vel'd'Hiv ». Les deux caricatures qui portent sur le sujet ne présentent pourtant, aucun trait positif associé au chef de l'Etat [voir la Figure 12.1. (a)], ou bien, l'empathie qui pourrait émerger dans le personnage de Lefred-Thouron est vite associée à une tromperie (voir la Figure 5.5., page 169).

Figure 12.1. (a) A gauche, Kerleroux, 19/07/1995, p. 8. **(b)** Au milieu, Pancho, 26/07/1995, p. 2. **(c)** A droite, Guiraud, 26/07/1995, p. 8.

▪ **La « vanité et mégalomanie » en Afrique et dans les Balkans.** Le président Chirac a maintenu des liens privilégiés avec les dirigeants africains et a montré une maîtrise des

dossiers du continent. « Chirac 'l'Africain' »[317] a réalisé son premier tour en tant que chef de l'Etat français en juillet 1995. Même si le gouvernement a qualifié comme un « succès » cette visite officielle, on voit dans le traitement fait par le CE, les deux procédures proposées dans notre hypothèse de travail. Dans la Figure 12.1. (b), Pancho associe cette visite à la reprise des essais nucléaires. Dans la Figure 12.1.(c), J. Chirac est pourvu d'autorité et se vante de l'être. Mais pour Guiraud, c'est Jacques Foccart (secrétaire général de l'Élysée aux affaires africaines et malgaches de 1960 à 1974) qui a construit ce lien. Dans la Figure 12.2.(a), Cardon se moque de la vanité du Président.

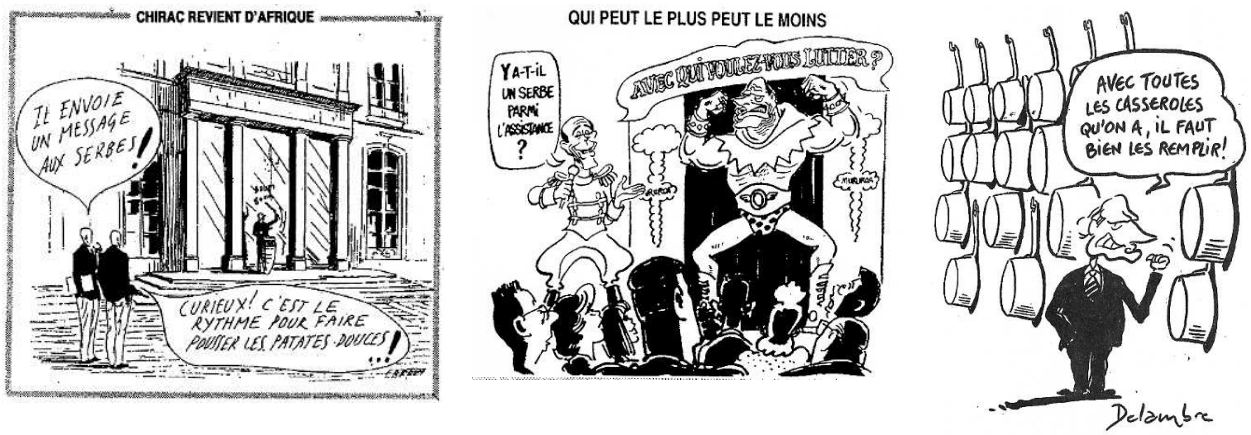


Figure 12.2. (a) A gauche, Cardon, 26/07/1995, p. 8. **(b)** Au milieu, Cabu, 26/07/1995, p. 6. **(c)** A droite, Delambre, 10/04/2002, p. 3.

Comme nous l'avons dit auparavant, Jacques Chirac est présenté comme ayant une participation active dans le plan international par rapport à la guerre dans les Balkans, avec l'initiative franco-anglaise de créer la Force de réaction rapide. Mais cet engagement du président est présenté comme une action mégalomane de sa part. C'est le cas, par exemple, du titre « Sur les hauteurs de Sarajevo. Chirac nous joue Super-Igman » (26/07/1995, p. 1) et de la Figure 12.2. (b).

▪ **Le deuxième tour en 2002.** Face à la crainte de voir l'extrême droite à la tête de l'exécutif, Jacques Chirac est devenu « le seul espoir démocratique et républicain» pour une grande partie de la population française lors du ballottage des élections présidentielles de 2002. Mais le positionnement du CE n'est certes pas facile après une campagne tellement centrée sur les affaires impliquant le Président. Avant le premier tour, du 3 au 17 avril 2002, le journal consacre une place considérable aux détournements de fonds à l'époque où Jacques Chirac était Maire de Paris. C'est l'affaire des « frais de bouche », « la grande bouffe à la Mairie » comme les journalistes du CE l'ont baptisé : « Rapport : Les Chirac rattrapés par leurs grandes bouffes à la Mairie » annonce à la Une le CE le 3 avril 2002 ; pour continuer ensuite dans la troisième page : « La grande bouffe des Chirac à l'Hôtel de Ville », « Une famille insatiable », « Encore et toujours du liquide ». Le 10 avril, on trouve encore à la Une : « Grande bouffe : L'épicier des Chirac mange le morceau » et dans la page 3 : « Un nouvel

[317] G. Claude. (2007). Chirac « l'Africain ». Dix ans de politique africaine de la France, 1996-2006. *Politique étrangère, 4*.

exploit de Superdémenteur ». Le gros titre « La fin de campagne de Chirac gâchée par deux juges » du 17/04/2002 ainsi que les Figures Figure 12.3. (a) et (b)., vont dans le même sens.

Comment réagit alors le CE à l'occasion du deuxième tour qui confronte Jacques Chirac et Jean-Marie Le Pen ? Comme nous l'avons vu, le journal ne manque pas l'occasion de tourner en dérision « le vertueux rempart moral de la République » (voir la Figure 8.30. (b), page 291), faisant souvent référence au personnage Supermenteur des Guignols de l'Info (voir la Figure 8.34. et la Figure 8.35., page 296). Et il n'hésite point à qualifier explicitement le Président d' « escroc », procédant ainsi à une disqualification totale de l'homme publique. Ce qualificatif fait partie du titre de l'éditorial d'Erik Empatz du 24 avril : « Escroc contre Facho ». Même si le choix est un dilemme « cornélien » [voir la Figure 8.35.(a)], le CE guide son lectorat sans équivoque vers la seule voix pour eux possible : « Au 'Canard', nous sommes bien placés pour savoir ce qu'il en est de Chirac et de son 'honnêteté'. Pourtant nous lui donnerons notre bulletin sans barguigner. A ce stade, ce n'est plus une présidentielle, c'est un référendum anti-Front. Dire oui à Chirac, c'est dire non à Le Pen. Ce n'est pas faire confiance à l' '*escroc*', c'est d'abord se défier du '*facho*' ! », exprime Emptaz au nom de tous ses collègues.

Figure 12.3. (a) A gauche, Lefred-Thouron, 10/04/2002, p.5. **(b)** Au milieu, Lefred-Thouron, 17/04/2002, p. 2. **(c)** A droite, Pancho, 10/04/2002, p.1.

Ce 24 avril, il n'y a pas de références aux « grandes bouffes » qui avaient envahi les pages du CE les trois semaines précédentes. Le 30 avril, la traditionnelle troisième page *de La Mare aux Canards* cède le terrain à la rubrique *Canardages*, normalement réservée pour les pages 5 à 7, cette fois-ci s'étendant de la page 3 à la 7. C'est un numéro spécial consacré à dévoiler « la vraie vie et ses (les) basses œuvres » (appel de Une) de J. M. Le Pen. Entre l'enclume et le marteau, le CE préfère parler moins de l' « escroc », pour s'attacher à discréditer complètement le candidat de l'extrême droite.

▪ **Un moment « fort » dans la Présidence de Jacques Chirac, la guerre en Irak**. Nous avons voulu tester davantage notre hypothèse posée au début de cette section, en étudiant l'image construite sur J. Chirac lors d'un des moments les plus forts de ses douze ans au pouvoir : sa position face à la guerre en Irak. Quelle a été l'image qui a primé pendant ce moment si fort pour le chef de l'Etat français, qui a vu sa cote grimper à des niveaux rarement atteints (60 points en avril 2003 selon le baromètre TNS Sofres) ? Comment le CE allait continuer avec son traitement satirique des actions et des déclarations du Président alors que

ce journal se caractérise par un fort sentiment antimilitaire et pacifiste ? Est-ce que notre hypothèse tient encore dans un contexte si difficilement défavorable pour le chef de l'Etat ? Nous avons pris en considération deux mois centraux (février et mars 2003) dans l'affrontement diplomatique entre la France –avec le soutien de l'Allemagne et la Russie- et les Etats-Unis, pendant lesquels l'Hexagone a menacé de mettre son veto à la proposition belliqueuse états-unienne.

Le CE approuve bien évidemment la posture du Président vis-à-vis de la guerre contre l'Irak. L'éditorial du 12 avril est intitulé « *Jumping Jack Clash* », une allusion à une des chansons les plus célèbres de Rolling Stones : « *Jumping Jack Flash* », où l'on constate la substitution « calambouresque » de *flash* par *clash* (conflit, affrontement en anglais). Comme le personnage de la chanson, J. Chirac renaît après des périodes très dures (voir les paroles de la chanson dans les annexes). Le *strip* de Pétillon (voir la Figure 8.1. des annexes[318]) semble refléter une partie considérable de l'électorat français, qui ne peut qu'exprimer son soutien au Président. Les journalistes et dessinateurs du CE le présentent comme pourvu d'autorité face au président Bush [voir, par exemple, la Figure 8.2. (a)], comme un pacifiste inspiré des années 60, à l'époque de la guerre au Vietnam [voir la Figure 8.2. (b)], et avec une image très positive à l'international. On fait particulièrement référence à l'Afrique, car un sommet franco-africain s'est tenu à Paris en février et J. Chirac a fait une visite officielle en mars en Algérie, où il a été très bien accueilli. Pourtant, l'hebdomadaire ne laisse pas passer l'opportunité pour critiquer une position considérée comme indulgente envers les gouvernants des pays africains. L'ironie du titre « Chirac chasse les intouchables… en Afrique » est saisie rapidement à partir du ton de l'article : « Parmi les représentants de 52 pays, 14 (…) doivent leur pouvoir à un coupe d'Etat. Plusieurs d'entre eux (…) disposent d'armées expertes en exactions et massacres de villageois. Chez certains, la torture est monnaie courante » (et ainsi de suite).

En dépit de l'opinion positive autour du Président français et de sa posture ferme contre la guerre, le CE n'oublie pas l'image de « malhonnête » qu'il a construite tout au long des années : ce trait persiste et reste la synthèse dans l'image du personnage. C'est le cas du « Chirac nobélisable » de Potus [voir la Figure 8.3. (a)] et du personnage Chirac de Pétillon, qui se plaint du mot impunité « truffé dans son discours » [Figure 8.3. (b)]. Pour Cardon, encore, le H d'histoire est trop grand pour lui [Figure 8.4. (a)]. Alors que la principale cible des attaques du CE retombe sur les affaires, J. Chirac est épargné face aux problèmes en matière de politique intérieure. Avec le rôle qu'il a pris à l'international, on constate une vraie division des tâches entre le Président et son Premier Ministre : les problèmes internes deviennent responsabilité exclusive de J. P. Raffarin : il agit comme fusible [Figure 8.4. (b)].

▪ **Retourner un sondage positif.** Un phénomène visé et attendu dans la stratégie de communication politique d'un dirigeant politique est le fait d'avoir une cote de popularité élevée et de la maintenir. Le CE s'en sert pour façonner l'image des dirigeants politiques qu'il fait circuler. La chute dans la cote d'un homme ou d'une femme politique est abondamment traitée par le journal, ce qui ne surprend pas, étant donné l'emphase mise dans le négatif, si caractéristique de la presse satirique. Or, que se passe-t-il quand la cote est haute ? Nous

[318] Toutes les images qui illustrent le traitement de la guerre en Irak sont présentées dans les annexes 8.

avons retenu deux exemples de caricatures où le journal opte pour associer le positif à un fait négatif. Dans la Figure 12.3.(c), le personnage Chirac du CE est tellement conscient de sa mauvaise image comme un homme politique pas fiable, qu'il s'étonne de savoir que les Français croient en lui. La Figure 8.5. des annexes récupère l'image de corrompu attribuée au personnage.

Nous avons vu, au moyen de nombreux exemples, et en considérant des contextes différents, certaines des techniques utilisées par le CE, notre corpus de référence, pour compenser des actions considérées comme positives dans la Présidence de Chirac. Elles vont dans le sens d'une de nos hypothèses de travail. Nous nous consacrerons par la suite à étudier en profondeur l'image construite autour de Jacques Chirac et de Carlos Menem, en nous centrant sur leurs traits de caractère prépondérants.

12.2 Le phénomène de personnalisation à travers les traits de caractère

Si la personnalisation du pouvoir existe depuis longtemps, elle a atteint des niveaux inusités avec le développement des médias et tout particulièrement de la télévision, qui a entraîné une nouvelle manière de faire de la politique et de la communiquer. Le phénomène de la vidéopolitique, associé à la vedettisation, « peopolisation » et spectacularisation de la politique, ont résulté dans un intérêt croissant pour la personnalité des hommes et des femmes politiques. Comme nous l'avons vu dans le chapitre 2 théorique, ainsi qu'au cours de nos chapitres de résultats, les traits de caractère qui sont attribués à des dirigeants et candidats politiques constituent une composante basique dans leur image. Nous nous plongerons dans ce phénomène pour étudier en profondeur les traits qui sont associés aux Présidents Chirac et Menem dans *Le Canard enchaîné* et *Sátira/12* respectivement. Pour ce faire, nous récupérerons certains de nos résultats de recherche afin de resituer le lecteur et nous réaliserons aussi quelques nouvelles études spécifiques.

Nous analyserons l'image attribuée au président Jacques Chirac à partir de trois approches progressives. Premièrement, nous prendrons en considération la distribution des traits de caractère positifs et négatifs dans l'ensemble des titres et des images de notre corpus. Deuxièmement, nous focaliserons sur les traits négatifs, les plus caractéristiques dans l'image satirique du personnage, en analysant les cas de sur et sous-représentation selon les périodes considérées. Puisque le fait d'analyser si les traits de caractère varient selon le contexte socio-politique est l'un des objectifs de notre thèse, nous ferons, en troisième instance, une analyse statistique qui nous permettra d'étudier en détail quels traits sont les plus discriminants –c'est-à-dire, les plus caractéristiques- dans l'image du personnage pendant les quatre périodes sélectionnées. Cette analyse nous permettra aussi d'étudier s'il existe des associations entre ces périodes. L'accent mis dans la variation ou non dans les traits associés au personnage peut nous donner des informations concernant la consistance du CE par rapport à la charge mise en œuvre contre le président Chirac dans des contextes politiques différents.

En ce qui concerne l'image attribuée au président Carlos Menem, notre approche n'a pas la même profondeur car étant le corpus constitué plus réduit, cela ne nous permet pas de

faire des études statistiques. Néanmoins, la prise en considération de la distribution des traits de caractère positifs et négatifs dans l'ensemble des titres et des images sélectionnés suffira pour saisir certains des traits qui se sont cristallisés dans l'image du personnage qui circulait/e dans l'opinion publique.

Nous avons vu à maintes reprises que la satire cherche avec insistance le négatif pour pointer ce qui ne va pas. Dans le terrain de la politique, elle s'attaque aux abus, excès et contradictions de la classe politique et notamment des gouvernants, si ce n'est pas pour corriger, du moins pour alerter les citoyens. C'est dans ce cadre qu'il faut comprendre l'importance des traits de caractère négatifs dans l'image des personnages étudiés. En effet, 84% des traits détectés dans les titres du CE et 80% dans les caricatures et *strips* politiques sont négatifs. Dans le cas de S/12, les traits négatifs s'élèvent à 89% pour les titres et 87% pour les images. C'est pour cette raison que l'accent sera mis sur la vision négative des personnages.

L'image des Présidents qui résulte du traitement du CE et de S/12 doit être saisie en suivant une approche intégrative. D'une part, il faut avoir bien dans l'esprit le fait que le regard de la presse satirique est par essence déformant et caricatural : il va exagérer certains aspects et en diminuer d'autres. Cette presse satirique trouve, dans la construction des situations fictives –que ce soit à travers des dialogues inventés ou des représentations dérisoires, absurdes et/ou risibles- une source majeure de travail. D'autre part, on ne peut pas oublier que la matière de cette presse satirique est bien l'actualité et que les sources d'information consultées peuvent être bien réelles. On est donc face à un objet d'étude de grande ambivalence et complexité et le regard que nous porterons sur l'image construite des deux chefs d'Etat choisis doit nécessairement incorporer ces deux facettes.

12.2.1 Jacques Chirac dans les titres du *Canard enchaîné*

Comme nous avons vu précédemment, le personnage Chirac construit à travers les titres du CE est attaqué depuis tous les fronts : sa compétence, son intégrité, sa fiabilité, son charisme et empathie[319]. Pourtant, il est avant tout un personnage peu intègre : il est accusé d'être malhonnête, menteur, hypocrite et opportuniste, deux catégories de traits qui sont souvent associées dans nos analyses multivariées. En outre, l'Intégrité ne réunit que 2% des traits positifs. L'insistance sur les possibles cas de corruption dans lesquels le chef de l'Etat serait impliqué constitue l'un des piliers sur lequel s'édifie cette image critique du personnage, palpable lors des élections de 2002, où les journalistes satiriques font un bilan du premier mandat –en incorporant probablement des éléments de l'image médiatique existante avant qu'il ne soit à la tête du pouvoir exécutif- en condensant l'image présidentielle sous le nom « escroc » (voir *supra*).

Repassons rapidement les autres traits les plus fréquents. L'inefficacité et le manque d'opérativité sont les traits dominants en ce qui concerne sa compétence. Une autre catégorie caractéristique est le côté instable, vindicatif, mégalomane, irrationnel et contradictoire du personnage, l'ensemble des traits négatifs les plus saillants de la dimension qui s'occupe de sa fiabilité. Plusieurs traits qui se regroupent sous la dimension Charisme et empathie ont une

[319] Nous reprenons ici certains résultats présentés dans la section 7.1.

présence considérable. Il est critiqué pour avoir une mauvaise communication : ne pas convaincre, ne pas être à l'écoute et faire un spectacle de la politique. La popularité et l'autorité sont des traits qui sembleraient intervenir de manière plus ponctuelle selon le contexte.

Quant aux traits positifs, le Charisme et la Fiabilité atteignent les chiffres les plus élevés. Il est pourvu d'autorité et loyal -notamment dans ses rapports avec son Premier Ministre-, déterminé et confiant en soi.

Ces résultats, issus de l'observation de la distribution des fréquences relatives, rendent compte des cas les plus et les moins récurrents. Or, quels traits émergent dans quelles périodes ? Et quels autres sont plutôt passés sous silence dans des contextes particuliers? A partir de l'analyse de l'écart résiduel standardisé, nous apprenons que la période de 1995 se distingue, de manière peu attendue puisque Jacques Chirac vient d'être élu Président, par son manque d'autorité. Nous verrons plus loin à quoi obéit ceci. La combinaison de l'inefficacité et l'impopularité représente le trait le moins distinctif de cette période, ce qui se comprend facilement au début de son mandat. Ils sont aussi moins exploités dans les titres qui marquent la fin de son premier mandat et le début du deuxième (2002). Le trait qui saillit à ce moment-là est celui de malhonnête. La période de 2005 semble être l'antithèse de 2002 dans le traitement de l'image du personnage : ce dernier est caractérisé comme inefficace et impopulaire alors que la malhonnêteté est laissée de côté.

Cette analyse nous permet de considérer brièvement quelques choix effectués à travers les titres dans la façon de construire la personnalité du personnage. Nous nous demandons maintenant s'il y a des périodes qui se ressemblent ou se distinguent plus et s'il y a des associations entre certains traits de caractère. C'est avec ces questions dans l'esprit que nous ferons une Analyse Factorielle de Correspondances Simples, à partir de laquelle nous étudierons les associations entre les traits négatifs et les quatre périodes.

12.2.1.1 Analyse Factorielle de Correspondances Simples: des traits de caractère selon les périodes

En retenant les trois axes factoriels de cette analyse, nous trouvons que chaque axe oppose une paire de traits de personnalité qui appartiennent à des dimensions différentes (voir la Figure 12.4. et la Figure 12.5.): dans l'axe 1, Inefficace s'oppose à Malhonnête et immoral ; dans l'axe 2, la catégorie Peu lucide et incapable s'oppose à Dépourvu d'autorité ; et dans l'axe 3, Déloyal s'oppose à Impopulaire. L'analyse des associations entre les catégories qui ont une contribution supérieure à la moyenne dans les trois axes factoriels nous a permis d'identifier trois groupes. Le **groupe A** est constitué par la période correspondante à l'année 1995 et par les traits Dépourvu d'autorité et Déloyal, ce dernier étant partagé avec le groupe C. Le **groupe B** comprend les périodes 1997 et 2005 et les traits Inefficace et Peu lucide et incapable. La période 2005 est aussi associée à la modalité Impopulaire. Le **groupe C** est caractérisé par la période 2002 et par les traits Malhonnête et immoral et Déloyal, ce dernier étant partagé avec le groupe A.

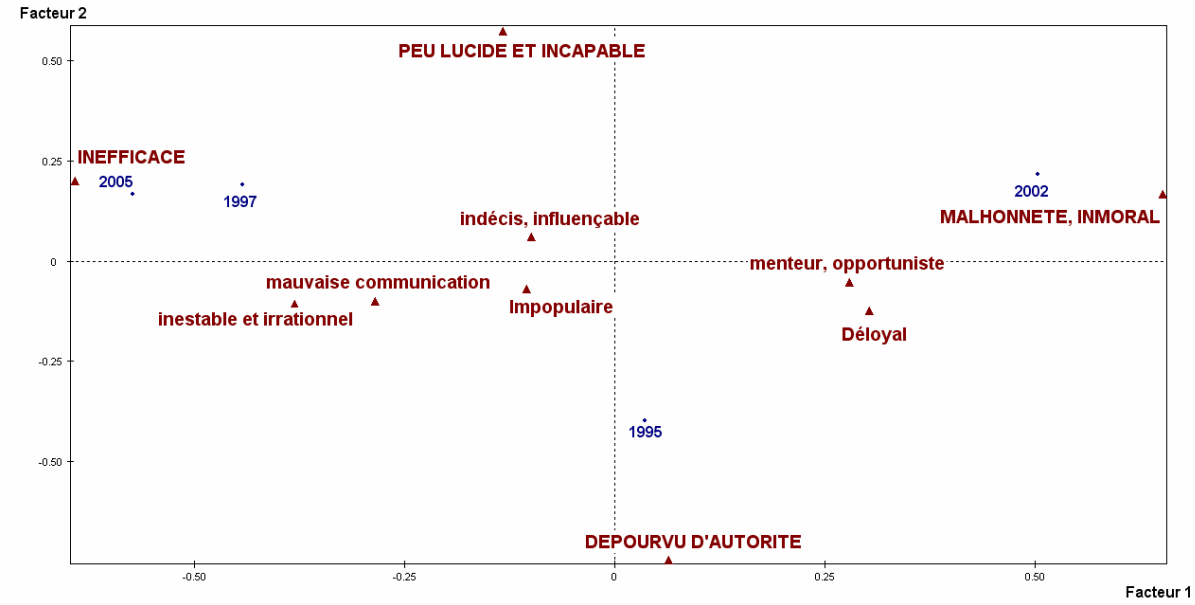


Figure 12.4. Le graphique correspond aux axes factoriels 1/2 de l'AFCS qui analyse l'association entre les traits de caractère et la période étudiée dans les titres du CE.

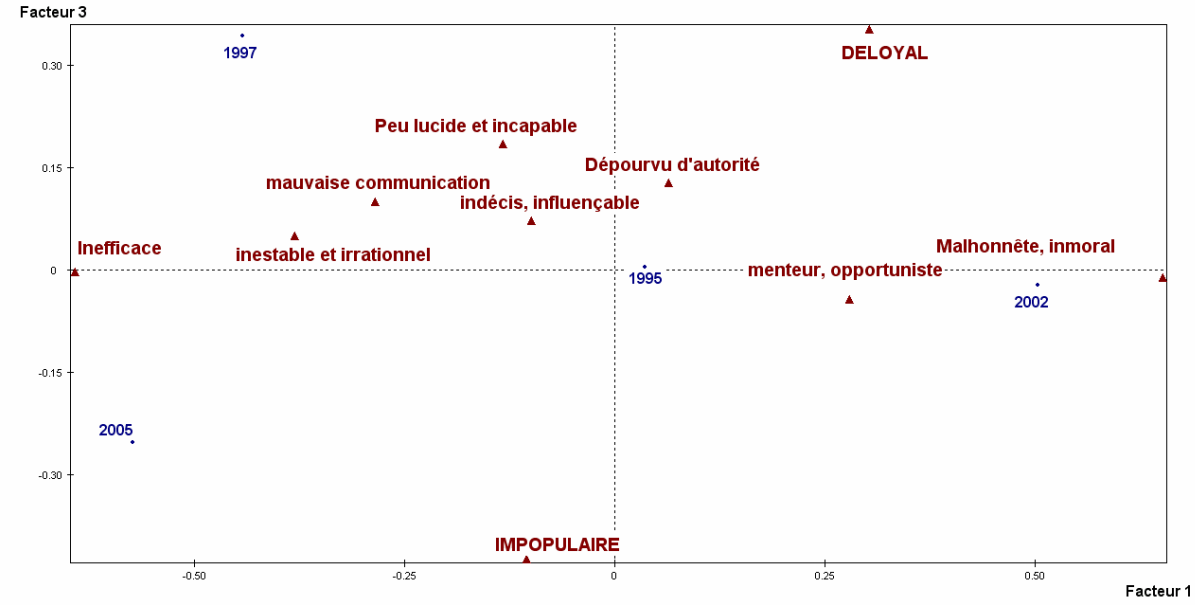


Figure 12.5. Le graphique correspond aux axes factoriels 1/3 de l'AFCS qui analyse l'association entre les traits de caractère et la période étudiée dans les titres du CE.

Une Analyse de Classification Hiérarchique Ascendante (ACHA) a corroboré la formation des groupes puisque les périodes 1997 et 2005 sont les plus proches, se réunissant dans le premier noeud dans le dendrogramme (indice de Ward: 0,03), (voir la Figure 12.6.).

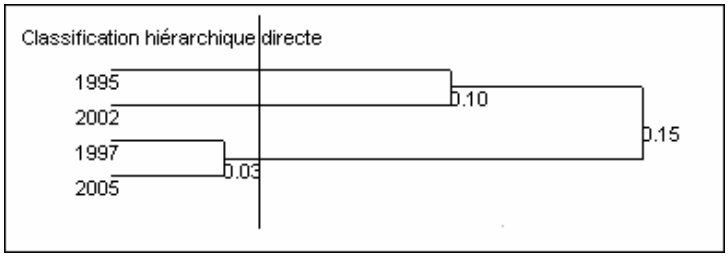


Figure 12.6. Dendrogramme obtenu à partir de l'ACHA appliquée au corpus de titres du CE et ayant les traits négatifs et les périodes comme variables.

Si nous récupérons nos sous-dimensions d'analyse, le groupe A tient comme trait le plus distinctif un attribut –le manque d'autorité- qui s'encadre dans le Charisme et l'empathie. Le groupe B se réfère aux compétences intellectuelles et il est plus lié aux capacités du gouvernant pour exercer sa fonction, qui se mesurent à partir des résultats obtenus. Le groupe C, enfin, se caractérise majoritairement par un trait lié à l'Intégrité. La Fiabilité n'apparaît pas par elle même comme dimension caractéristique d'un seul groupe. Elle est au contraire partagée, à travers la modalité Déloyal, par les groupes A et C.

Si dans les titres des périodes 1997 et 2005, les journalistes du CE mettent l'accent sur le manque de compétence intellectuelle, en représentant le président Chirac comme inefficace, inopérant et peu lucide dans les mesures qu'il prend, pendant les périodes 1995 et 2002, les journalistes donnent la priorité aux traits plus liés à la sociabilité: le manque de charisme, dans le premier cas, et le manque d'intégrité, dans le deuxième. La prise en considération du contexte politique de chaque période analysée ainsi que les articles auxquels appartiennent les titres considérés, nous offre une information précieuse pour comprendre et interpréter les résultats.

En dépit du fait que la période de 1995 comprend le début du mandat du président Chirac, les titres qui y sont publiés se distinguent par le manque d'autorité lié au personnage. Ceci pourrait s'expliquer par des raisons diverses: il n'a obtenu que 20% de votes lors du premier tour des élections présidentielles ; il n'est pas informé de mesures prises à l'intérieur de son gouvernement, entre autres. Un autre trait qui se détache est la déloyauté vis-à-vis des promesses faites pendant la campagne électorale. Cette donnée est singulière car d'après le CE, le non respect des engagements apparaît déjà dans les premiers mois du gouvernement. A titre d'exemple, voici un cas d'accusation très directe (et sarcastique) de la part du journal au Président : «Déjà une promesse oubliée par Chirac» (14/06/1995, p. 4) en faisant référence à la promesse faite par J. Chirac, de donner un logement à 100 familles avec des enfants infectés par le virus du SIDA. Le terme « déjà » peut être compris au sens littéral si l'on pense au Président Chirac, mais il devient ironique si l'on pense au Maire Chirac : cet avis du CE existait déjà à cette époque-là. Un autre exemple, fondé sur une antiphrase, est le titre « Un Président de parole » (24/5/95, p. 2), qui fait référence à une promesse consistant à nommer un Ministre de la Recherche dans le gouvernement.

Dans la période de 1997 -époque à laquelle Jacques Chirac a décidé de dissoudre l'Assemblée Nationale et par conséquent, d'avancer les élections législatives- le CE se caractérise par le fait de le présenter comme peu lucide quand il considère que le gouvernant a fait une mauvaise analyse politique (« Enivré par Juppé. Chirac dissout comme une bourrique! », publié le 23/04/97, p. 1). Le personnage est aussi présenté comme inefficace pendant la campagne électorale et ensuite comme perdant (variante comprise dans la modalité Inefficace), à cause des résultats défavorables de l'élection. Un exemple de cette situation est le titre doublement calembouresque -par homophonie partielle- « Jospin: de Cintegabelle à Matignon. Chirac: de Sainte-Gamelle à Maxi-gnons! » **(**4/06/1997, p. 1).

La période de 2002, qui comprend la campagne de la réélection présidentielle et le début du deuxième mandat, est associée à la présentation du chef de l'Etat comme malhonnête et immoral. Ceci est très intéressant parce qu'il correspond à l'augmentation dans cette période, du nombre d'articles du journal qui traitent des cas de corruption auxquels le

personnage Chirac serait associé. Le titre « La grande bouffe des Chirac à l'Hôtel de Ville » (3/04/2002, p. 3) accuse J. Chirac de frais de bouche excessifs à l'époque où il était Maire de Paris et qui seraient, d'après le journal, dus à des malversations de fonds. Comme en 1995, un autre trait caractéristique est la déloyauté, en partie parce que, comme à cette époque-là, pour l'hebdomadaire satirique le gouvernant ne tient pas les promesses faites pendant la campagne électorale.

La période de 2005 se caractérise par l'accomplissement de dix ans au pouvoir de J. Chirac et par le référendum sur la Constitution Européenne que le Président a lui-même impulsé. Ces deux événements politiques nous permettent de comprendre pourquoi les modalités Inefficace, Peu lucide et Impopulaire caractérisent cette période. L'hebdomadaire français a été très critique à l'égard du bilan du mandat de J. Chirac, le présentant comme quasiment nul (« 1995-2005 Bilan d'une décennie de Chirac à l'Elysée. Un an ça va, dix ans, bonjour les dégâts », 4/05/05, p. 1) et en plus il a conféré un espace considérable dans ses pages à la difficulté du Président et de son gouvernement d'assurer la victoire du « oui » lors du référendum (« Au secours, Chirac revient ! », 4/05/05, p2 ; « L'Elysée a pris un coup de sonde » 18/05/05, p2). Le triomphe du « non » a suscité la nomination d'un nouveau Premier Ministre, Dominique de Villepin.

12.2.1.2 Un ethos de deuxième ordre

Avec ces résultats, nous pouvons penser cette image sur la personnalité du personnage Chirac en termes d'un ethos de deuxième ordre. Cette image n'est pas pourtant celle que l'on construit de manière directe à partir du discours de Jacques Chirac, mais celle que le CE élabore à partir de sa lecture sur ce discours. Rappelons que l'ethos résulte d'un entrecroisement de regards de l'orateur sur lui-même, de ce qu'il pense que les autres pensent de lui, et de ce que les autres pensent effectivement de lui. Dans l'ethos interviennent des éléments à la fois pré-discursifs et discursifs. Il s'agit bien évidemment d'un ethos satirico-humoristique, qui mélange la dérision et le rire avec un ton contestataire et critique.

Si nous tracions une coupure diagonale entre le cadre supérieur droit et le cadre inférieur gauche (voir la Figure 12.7.), nous pourrions distinguer l'inefficacité et le manque de lucidité à gauche, la malhonnêteté et le manque d'autorité, à droite. En récupérant la distinction élaborée par Rosemberg, Nelson et Vivekananthan[320] (voir la section 2.4.) dans leur étude sur les traits de caractère des hommes politiques portés par les électeurs, nous pourrions nommer le secteur gauche *compétence intellectuelle* et le secteur droit, *sociabilité*. Le premier est plus lié aux aptitudes du gouvernant pour exercer sa fonction et pour obtenir les résultats visés. Le deuxième correspond à des attributs plus sociaux : la malhonnêteté rend compte, d'une certaine façon, de l'inadaptation face aux normes sociales, et le manque d'autorité peut être perçu comme une difficulté en ce qui concerne l'interaction sociale, d'autant plus problématique dans le cas d'un chef d'Etat. Deux ethos s'opposent ainsi dans les quatre périodes : l'ethos de compétence intellectuelle pour les périodes 1997 et 2005, et l'ethos de sociabilité pour les périodes de 1995 et 2002.

Pour aller plus loin dans la distinction d'ethos, nous pouvons récupérer la classification que Patrick Charaudeau fait à partir du discours des hommes politiques (voir la

[320] S. Rosemberg, C. Nelson et P.S. Vivekananthan, cité par C. Funk, 1996.

section 2.3.), en introduisant quelques modifications. Chacun des deux axes factoriels du premier plan se caractérise par un ethos particulier, dans sa version négative. L'extrême négatif de l'axe 1 correspondrait à l'*ethos de compétence* ; l'extrême positif de l'axe 1, à l'*ethos de vertu* ; l'extrême négatif de l'axe 2, à l'*ethos de « chef »* ; et l'extrême positif de l'axe 2, à l'*ethos d'intelligence*. Or, en incorporant les travaux en psychologie politique cités et un autre en psychologie cognitive, nous proposons de remplacer l'ethos de compétence par un *ethos d'efficacité*, et l'ethos d'intelligence par un *ethos de lucidité*. Dans le premier cas, parce que la compétence comprend autant l'efficacité que la formation et l'intelligence logique (voir le chapitre 5) et dans le deuxième cas, parce que comme Howard Gardner l'a posé dans sa *Theory of multiple intelligences* (1993), il existe au moins huit intelligences différentes, qui comprennent des habilités spatiales, linguistiques, logico-mathématiques, kinesthésiques, musicales, interpersonnelles, intrapersonnelles, et naturalistes.

Tous ces ethos rendent compte de l'accent que les journalistes satiriques du CE ont mis dans le profil du chef de l'Etat selon les contextes politiques. Est-ce que ces ethos caractérisent également l'image attribuée à Jacques Chirac dans les caricatures et *strips* politiques ? Est-ce que le regard des dessinateurs est en syntonie avec celui des journalistes ? Nous chercherons à répondre à ces questions un peu plus bas.

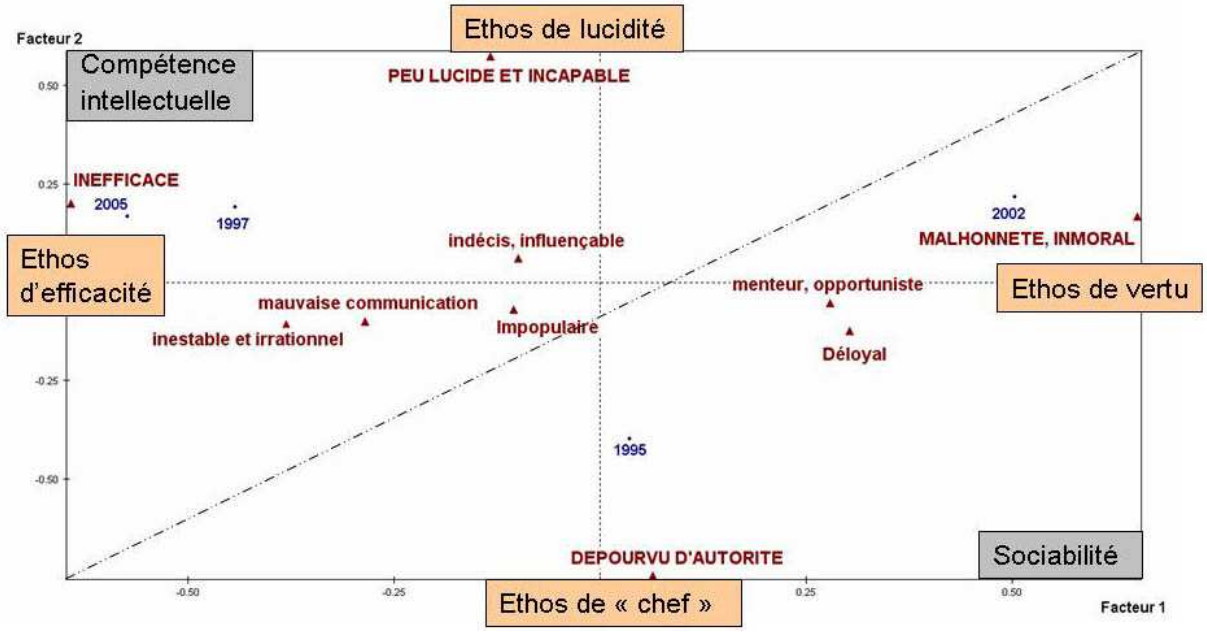


Figure 12.7. Ethos identifiés dans la caractérisation du personnage Chirac, en considérant le premier plan factoriel de l'AFCS qui se centre sur les traits de caractère et les périodes du corpus des titres du CE.

12.2.2 Jacques Chirac dans les images du *Canard enchaîné*

En ce qui concerne les caricatures et *strips* politiques publiés dans le CE, les quatre traits négatifs les plus fréquents qui ont été identifiés correspondent chacun à une dimension différente : le personnage est présenté comme menteur, hypocrite et opportuniste (Intégrité) ; instable, irrationnel et contradictoire (Fiabilité) ; inefficace (Compétence) et impopulaire (Charisme et empathie) ; la cinquième catégorie, la malhonnêteté (qui appartient à l'Intégrité) étant très proche aussi. Les traits privilégiés ne diffèrent presque pas de ceux détectés dans les titres. Quant aux traits positifs, les dessinateurs –comme les journalistes d'ailleurs-

privilégient le fait de mettre de l'emphase sur l'autorité du Président. Presque la moitié des images où il y a des traits positifs qualifient le personnage comme pourvu d'autorité. On constate alors que le fait de le montrer avec ou sans autorité dans ses rapports sociaux est central dans la construction de son image. D'autres traits positifs consistent à le présenter comme déterminé et confiant en soi ainsi qu'empathique.

Après avoir décrit les traits qui sont les plus et les moins récurrents, nous pouvons faire une première approche de certaines associations des traits avec les périodes étudiées, en considérant les cas de sur et sous-représentation issus de l'analyse de la variance résiduelle. Ainsi, un trait sur-représenté en 1995 est le côté ambitieux et vaniteux de J. Chirac. Le premier défaut lui est attribué au début de son mandat, où il montre, d'après les auteurs satiriques, un profil ambitieux de pouvoir. Le deuxième s'explique par le voyage réussi qu'il croit avoir fait en Afrique. Les traits les moins caractéristiques de cette période sont le manque de sincérité et de confiance en soi. En 1997 se détachent l'inefficacité, la faible lucidité et le côté influençable. En 2002, le personnage est présenté comme menteur et malhonnête. Le trait le moins caractéristique est son inefficacité. En 2005, le personnage est caractérisé comme impopulaire alors que la malhonnêteté est laissée de côté. Nous verrons de manière plus approfondie certaines de ces associations au moyen d'une AFCS, qui nous permettra de nous plonger dans la personnalité qui saillit dans chaque contexte politique particulier.

12.2.2.1 Analyse Factorielle de Correspondances Simples: des traits de caractère selon les périodes

En retenant les trois axes factoriels de cette analyse, nous trouvons que chaque axe oppose au moins une paire de traits de personnalité, dont les plus nets sont: dans l'axe 1, Inefficace s'oppose à Malhonnête et immoral ; dans l'axe 2, Indécis et influençable s'oppose à Instable, irrationnel et Impopulaire ; et dans l'axe 3, Méprisant s'oppose à Dépourvu d'autorité. Les périodes s'opposent également : 2002 et 2005 dans l'axe 1, 1995 et 1997 dans l'axe 2, et 1995 et 2005 dans l'axe 3 (voir la Figure 12.8 et la Figure 12.9.).

L'analyse des associations entre les catégories qui ont une contribution supérieure à la moyenne dans les trois axes factoriels, nous a permis d'identifier quatre groupes, chacun se caractérisant par une période déterminée. Le **groupe A** est constitué par la période comprise en 1995 et par les traits Dépourvu d'autorité ; Instable, irrationnel, contradictoire et Impopulaire. Le **groupe B** comprend la période 1997 et les traits Indécis et influençable, Inefficace et Peu lucide et incapable. Le **groupe C** est caractérisé par la période 2002, et par les traits Malhonnête et immoral, Menteur et opportuniste et Méprisant. Le **groupe D,** enfin, comprend la période 2005, la modalité Impopulaire, Inefficace et Méprisant. Comme pour les titres, les périodes 1997 et 2005 sont celles qui se ressemblent le plus et sont les premières à être regroupées dans le dendrogramme (voir la Figure 12.10.).

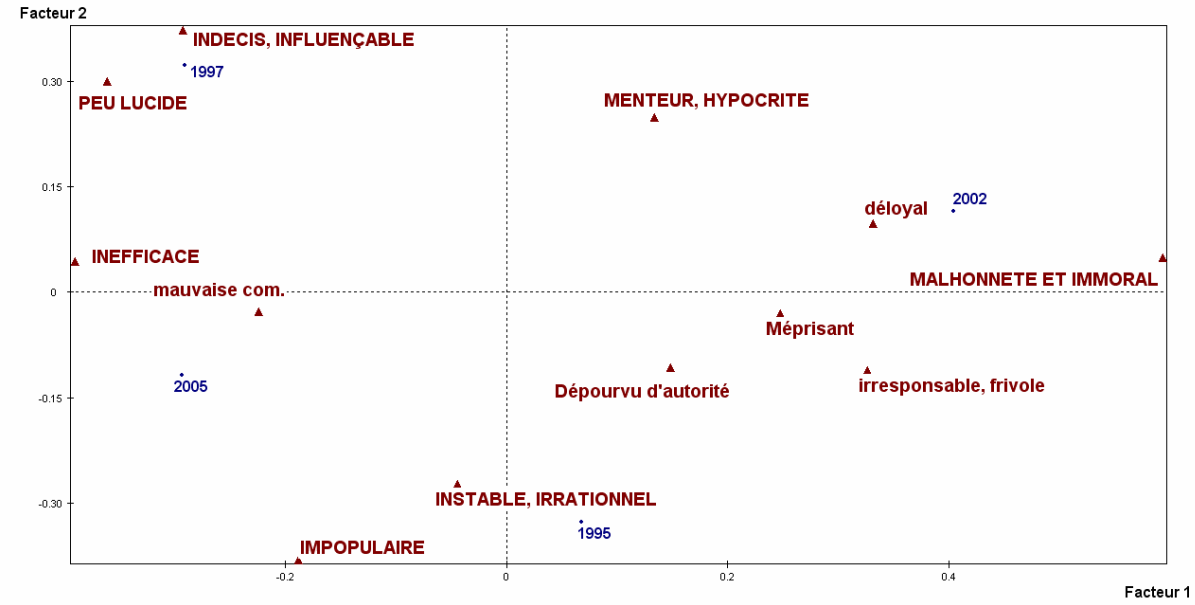


Figure 12.8. Le graphique correspond aux axes factoriels 1/2 de l'AFCS qui analyse l'association entre les traits de caractère et la période étudiée dans le corpus d'images du CE.

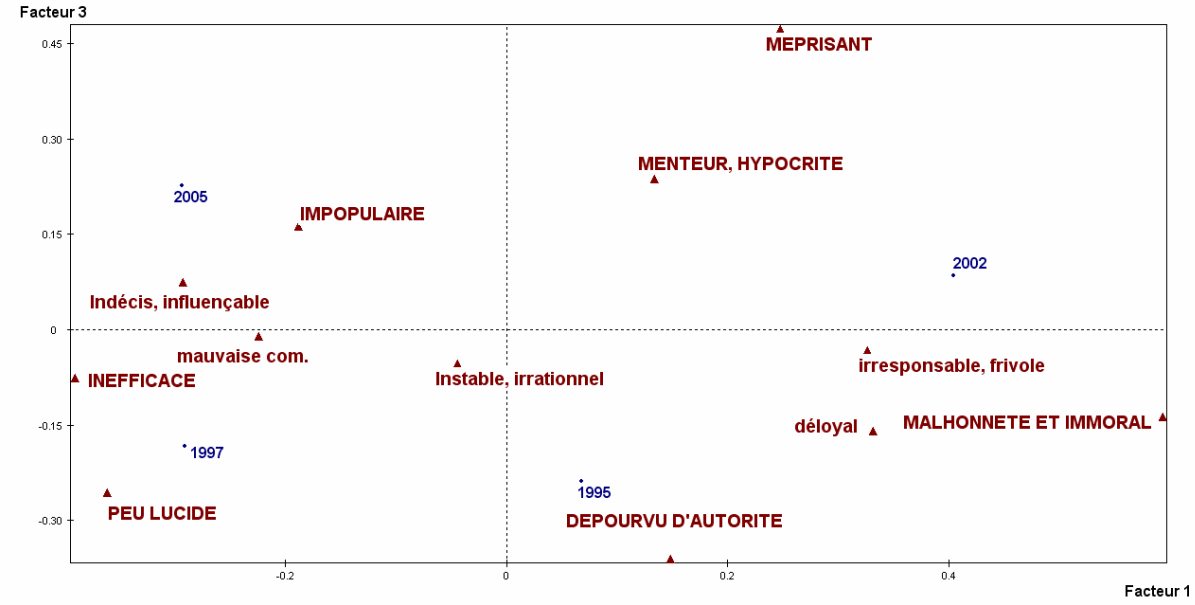


Figure 12.9. Le graphique correspond aux axes factoriels 1/3 de l'AFCS qui analyse l'association entre les traits de caractère et la période étudiée dans le corpus d'images du CE.

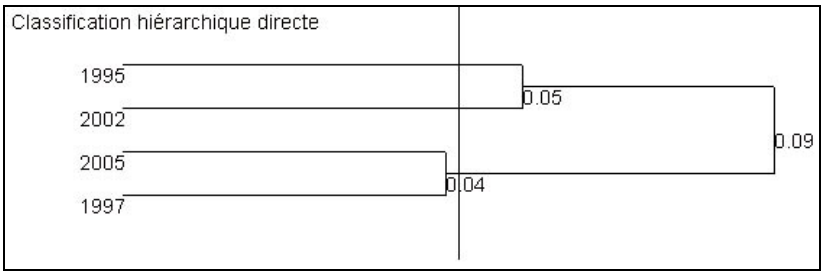


Figure 12.10. Dendrogramme obtenu à partir de l'ACHA appliquée au corpus d'images du CE et ayant les traits négatifs et les périodes comme variables.

Les quatre dimensions des traits de caractère considérées servent à caractériser chaque période. Ainsi, en 1995 les dessinateurs se sont attaqués à la fiabilité et au charisme et

empathie du personnage ; en 1997, ils ont privilégié une critique fondée sur un manque de compétence et de fiabilité ; en 2002, ils ont mis l'accent sur l'intégrité et le charisme et l'empathie ; et en 2005, ils ont critiqué la compétence et le charisme et l'empathie du personnage. A quoi obéissent ces choix ? Nous trouverons des réponses possibles en considérant le contexte politique.

Comme dans les titres, le début du mandat de Jacques Chirac est marqué par le manque d'autorité qu'on lui attribue en matière de politique intérieure (vis-à-vis des négociations avec le patronat) et surtout de politique extérieure, avec la reprise des essais nucléaires. C'est cette dernière mesure notamment qui a produit la chute de sa cote de popularité, ce qui est abondamment traité par les dessinateurs du CE. Les essais nucléaires canalisent également une partie importante des critiques centrées sur le côté contradictoire, mégalomane, irrationnel et instable du personnage. Dans un premier moment, les dessinateurs présentent le chef de l'Etat comme contradictoire car d'après eux, il affirme vouloir faire des essais pour « pouvoir les arrêter après » (voir, par exemple, la Figure 5.11., page 188). Ensuite, il est présenté comme instable et vindicatif face aux réactions des pays du Pacifique (dont l'Australie et la Nouvelle-Zélande), prétendant se venger des mauvais résultats des matchs de rugby de l'équipe de France lors de la Coupe du Monde [voir la Figure 11.17. (c) et la Figure 11.18. (a) de la section 11.3.2.]. Il est enfin montré comme étant obsédé par les répercussions négatives de la reprise des essais. D'autres raisons qui justifient la forte association du trait Irrationnel, instable, mégalomane et contradictoire en 1995 maintiennent un rapport avec son tour en Afrique. Du moment où ce voyage est qualifié comme un « succès » par le gouvernement, Jacques Chirac est présenté comme mégalomane [voir la Figure 12.1. (c)]. Cette mégalomanie se fond aussi avec une posture jugée « utopique » en ce qui concerne les résultats qu'il espère obtenir à partir des actions du gouvernement.

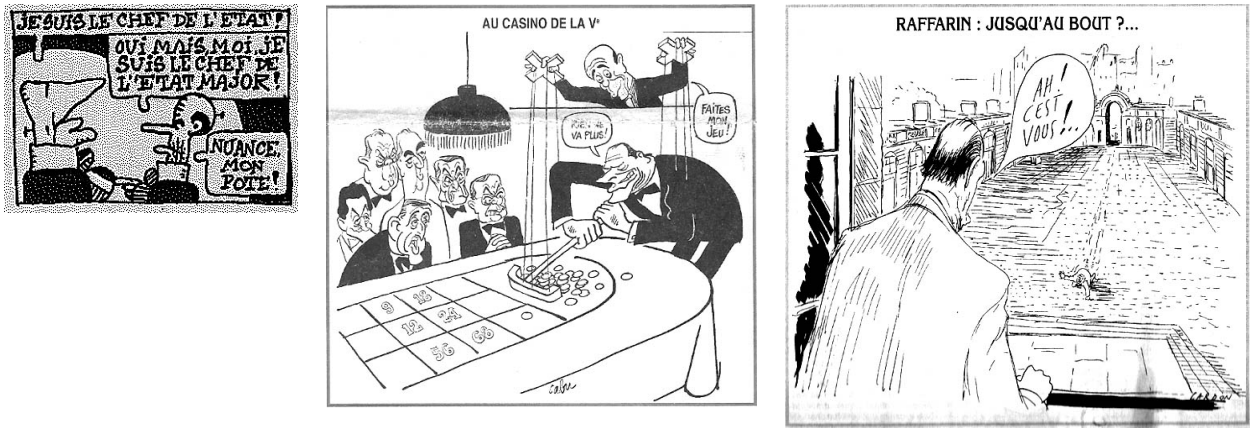


Figure 12.11. (a) A gauche, Escaro, 10/04/2002, p.5. **(b)** Au milieu, Lefred-Thouron, 17/04/2002, p. 2. **(c)** A droite, Cardon, 18/05/2005, p.8.

Figure 12.12. (a) A gauche, Lefred-Thouron, 15/05/2002, p.5. **(b)** Au milieu, Kiro, 18/05/2005, p. 5. **(c)** A droite, Pétillon, 1/06/2005, p.7.

Les traits Indécis et influençable, Peu lucide et incapable et Inefficace et perdant associés à 1997 obéissent en grande partie à la décision de dissoudre l'Assemblée Nationale. Jacques Chirac est accusé d'avoir pris une décision peu lucide, influencé par son Premier Ministre Juppé [voir la Figure 12.11. (a) et la Figure 12.11. (b)]. Les traits centrés sur son inefficacité sont liés particulièrement aux mauvais résultats des élections.

De même que pour les titres, le principal trait qui saillit en 2002 est la malhonnêteté attribuée au personnage, qui s'associe à un manque de transparence et de sincérité. Un nouveau trait qui n'apparaissait pas dans les titres est le côté méprisant du personnage. Ceci s'explique par son rapport avec son Premier Ministre Raffarin, dont certaines caricatures rendent témoignage [voir la Figure 12.11. et la Figure 12.12. (a)]. Ce même trait caractérise la période 2005, comme on peut l'apprécier dans la Figure 12.12. (b). Rappelons que le contexte analysé correspond au bilan de dix ans du Président et au référendum sur la Constitution européenne. Dans ce cadre s'expliquent les traits impopulaire et inefficace [voir la Figure 12.12. (c)].

Les traits de personnalité attribués à J. Chirac qui sont satirisés varient selon la période étudiée, même si notre corpus provient d'un même journal et fait référence à un même personnage. Cette variation se produit sur un mode non linéale, c'est-à-dire qu'elle ne répond pas à un critère chronologique mais semble plutôt liée aux vicissitudes du scénario politique dans lequel le personnage se débrouille et sur lequel lui-même interfère ; d'autant plus que les résultats des AFCS et ACHA montrent des associations entre deux périodes chronologiquement distantes mais politiquement comparables -1997 et 2005.

La surreprésentation du trait lié à la malhonnêteté dans la période de 2002 correspond avec une prolifération, en période électorale, des sujets qui abordent des cas de corruption dans lesquels le président aurait été impliqué.

12.2.2.2 Un ethos de deuxième ordre

Les résultats obtenus pour l'analyse des images du CE dans les quatre périodes considérées peuvent, comme pour les cas des titres, être interprétés à partir des quatre ethos faisant partie de la classification de P. Charaudeau (2005). C'est le plan factoriel 1/3 qui présente les traits les plus définis et contemplés par cet auteur. La Figure 12.13. met en évidence une forte similitude avec la Figure 12.7. élaborée pour les titres. L'ethos de compétence (qui regroupe l'ethos d'efficacité et l'ethos de lucidité de la Figure 12.7., peut être perçu dans l'axe négatif 1), l'ethos de chef (axe négatif 3) et l'ethos de vertu (axe positif

1) restent comme caractéristiques, auxquels s'ajoute l'ethos d'humanité (axe positif 3), tous dans leur forme négative bien évidemment. Ceci rend compte d'une syntonie entre le travail des journalistes et dessinateurs satiriques du journal, avec quelque peu de spécificités dont la plus remarquable dans ce plan factoriel est la charge entreprise par les dessinateurs et qui se centre sur le rapport de mépris que le personnage Chirac entretient avec son Premier ministre. Il faut dire que, en contemplant l'axe 2 également (voir la Figure 12.8.), l'ethos de caractère serait le plus approprié pour regrouper les traits Indécis, influençable et Contradictoire, instable et irrationnel. Pourtant, P. Charaudeau place cet ethos dans le groupe d'ethos d'identification et non pas dans celui de crédibilité, ce qui nous semblerait plus pertinent et cohérent avec nos dimensions d'analyse puisque ces traits appartiennent à la dimension Fiabilité dans notre système catégoriel.

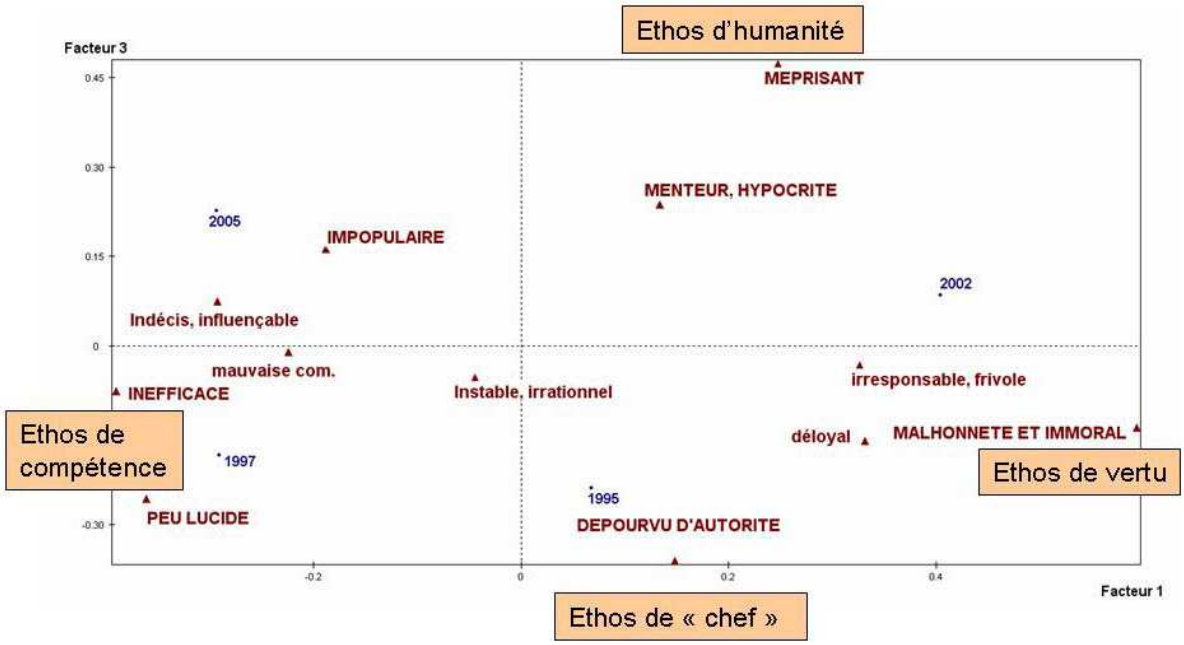


Figure 12.13. Ethos identifiés dans la caractérisation du personnage Chirac, en considérant le plan factoriel 1/3 de l'AFCS qui se centre sur les traits de caractère et les périodes du corpus des images du CE.

Les différentes analyses qualitatives et quantitatives réalisées nous ont permis d'analyser en profondeur les traits de personnalité que les journalistes et dessinateurs du CE attribuent à Jacques Chirac dans les titres et les caricatures et *strips* selon les quatre périodes étudiées. Nous examinerons par la suite, l'image du Président Menem qui peut être perçue dans S/12.

12.2.3 Carlos Menem dans les titres de *Sátira/12*

Même s'ils sont déjà présentés dans les chapitres 9 et 10, nous reprendrons certains traits du portrait satirique de Carlos Menem élaboré par le supplément argentin afin de faciliter la comparaison inter-corpus.

Les titres publiés sur le président Menem au début de son premier mandat, lors de la réélection et au début de son deuxième mandat présentent un personnage avant tout frivole et peu sérieux, qui traite à la légère des sujets importants et qui s'intéresse à des questions banales. Ce trait s'unit à la caractérisation du personnage comme faisant un spectacle de la

politique, étant donné sa participation à un match de football avant de prendre en charge ses fonctions en 1989. Cet événement est l'objet d'une insistante satire faite par les membres de S/12 : la politique, les sports et le spectacle sont étroitement imbriqués.

Le personnage est présenté comme peu transparent, opportuniste et menteur, pour des raisons diverses. Il est accusé d'adapter ses actions et son discours en fonction du contexte, comme le fait de repousser la prise des décisions polémiques pour après sa réélection. Le titre « *Hasta dentro de dos semanas, no pasa naranja. Nada se pierde, todo se posterga* » (« D'ici deux semaines, rien ne se passe. Rien ne se perd, tout est repoussé ») publié à la Une le 29 avril 1995 rend compte de ce que nous venons de dire. D'autre part, le Président, ainsi que son gouvernement, sont accusés de ne pas collaborer dans l'enquête judiciaire concernant l'attentat à l'AMIA (voir chapitre 6) : « *Investigación AMIA. Gobierno: Ya hemos encontrado unos cuantos inocentes* » (« Enquête AMIA. Gouvernement : Nous avons déjà trouvé un certain nombre d'innocents ») est un exemple apparu à la Une le 17 juin 1995.

Carlos Menem est aussi montré comme autoritaire, car il veut avoir une influence sur le nombre des membres de la Cour et il est accusé de signer des décrets et de mettre son veto de manière abusive. Voici deux exemples : le titre « *Menem triste. "Esta semana no veté ninguna ley"* » « Menem triste. "Cette semaine je n'ai mis mon veto à aucune loi" » (10/06/1995, p. 1) est très explicite. « *Menem y la farándula. Pretende incorporar a la Corte al elenco de "Hombres de Ley"* » « Menem et les *people*. Il prétend incorporer à la Cour la troupe des "Hommes de Loi" » (30/09/1989, p. 1). Dans ce dernier titre, le trait autoritaire s'associe au côté spectacle car *Hombres de ley* était un feuilleton audiovisuel.

Un autre trait qui caractérise l'image du chef de l'Etat est le manque de lucidité et d'inventivité, ce qui obéit principalement au fait de proposer des mesures peu adaptées et peu créatives aux problèmes auxquels le gouvernement veut faire face. Les journalistes/humoristes de S/12 le présentent également comme mégalomane, inefficace et ambitieux du pouvoir.

Parmi les traits positifs, plus de trois quarts des titres qualifient le Président comme populaire, ce qui se comprend facilement par les périodes analysées. « *CGT. Dura interna entre los gremios más menemistas y los mucho más menemistas*» (« CGT. Dure dispute interne entre les syndicats les plus ménemistes et les encore plus ménemistes ») « *Reelección. Muchos argentinos van a volver a votar a Menem* » (« Réélection. Beaucoup d'argentins vont voter Menem à nouveau » ; 6/05/1995).

Après avoir passé en revue les traits de caractère saillants dans les titres de S/12, passons aux caricatures et *strips*. Est-ce que l'image du personnage se construit à partir des mêmes traits caractéristiques ?

12.2.4 Carlos Menem dans les images de *Sátira/12*

La présentation du personnage Menem comme frivole et peu sérieux est à la tête des traits de caractère négatifs, de même que pour les titres, pour les raisons déjà décrites. Les Figure 12.14.(a) et Figure 12.14. (b) insistent sur la participation du Président dans un événement sportif. Ce trait s'associe au fait de faire un spectacle de la politique. La politique se mélange particulièrement avec des expressions et codes sportifs, comme dans la Figure 12.14.(a), où Carlos Menem est en train de s'habiller avec des tenues de football et son

conseiller lui dit : « Oui… Mme. Thatcher dit qu'elle est prête à initier le dialogue, mais que l'échange de T-shirts ne pourra pas avoir lieu », faisant allusion au conflit des îles Malouines. Dans la Figure 12.14. (b), on fait une analogie entre le tunnel que les joueurs de football doivent traverser pour sortir sur le terrain sportif, et la bouche du métro. Le personnage Menem arrive à la Place de Mai, où se trouve la *Casa Rosada* (Palais de gouvernement).

La première place occupée par la frivolité est partagée avec le trait qui se réfère au manque de lucidité, notamment parce qu'il propose des mesures peu inventives et absurdes. Il est aussi caractérisé comme maladroit, car il fait des quiproquos (des exemples en sont présentés dans les Figures Figure 11.20 (a) et Figure 11.20 (b) de la section 11.3.3.) ; ainsi qu'ambitieux, vaniteux et prétentieux. Il est surtout vaniteux au début de son mandat, quand il vient d'être élu [voir la Figure 12.14. (c)]. Les deux autres traits apparaissent notamment lors de la réélection. Un autre trait qui émerge est l'opportunisme, comme dans la Figure 10.31., page 358, dans laquelle le chef de l'Etat est dessiné en train de prononcer un discours au peuple depuis le balcon de la *Casa Rosada*. Il dit : « Pour les enfants pauvres qui n'ont pas des billets… pour les enfants riches qui n'ont pas de monnaie… » et face à ceci, le conseiller politique explique à une dame : « Et bon… On a dû adapter le discours à la conjoncture »). Le journal fait allusion à une phrase proférée par Carlos Menem au début de son mandat : « *Voy a gobernar para los niños pobres que tienen hambre y los niños ricos que tienen tristeza* » (« Je vais gouverner pour les enfants pauvres qui ont faim et pour les enfants riches qui sont tristes »).

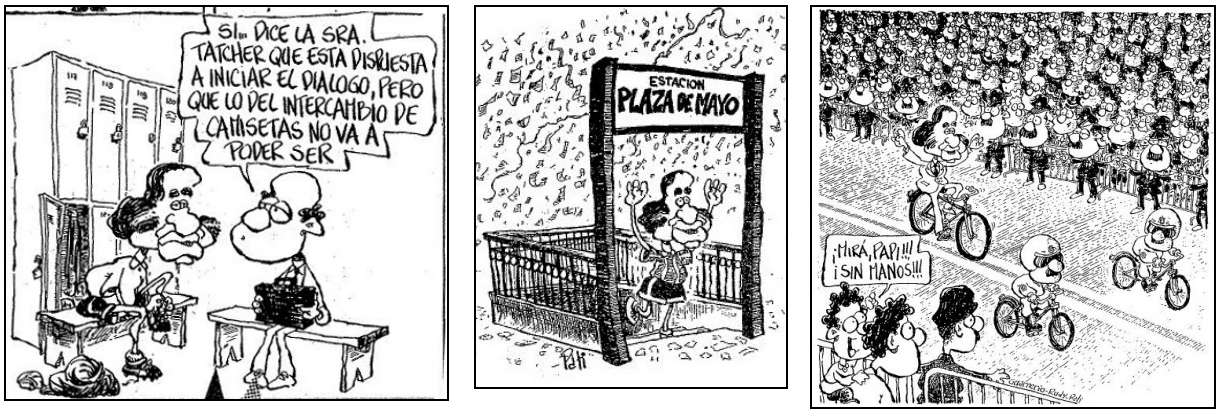


Figure 12.14. (a) A gauche, Pati, 29/07/1989, p. 3. **(b)** Au milieu, Pati, 29/07/1989, p. 2. **(c)** A droite, Pati, 15/07/1989, p. 2.

Un dernier trait négatif que nous allons évoquer est le côté autoritaire du personnage, caractéristique qui le distancie de son pair français, car il n'a été que rarement qualifié de cette manière par les membres du CE. Deux cas où nous avons identifié ce trait se trouvent dans la Figure 10.25 (b) de la page 354, qui représente la Statue de la Liberté modifiée à l'occasion de la visite du Président argentin aux Etats-Unis, ainsi que la Figure 11.20. (b) mentionnée plus haut, où le Président Menem dit : « Les lois sont à moi ! ».

Pour ce qui est des traits positifs, la popularité reste en tête comme dans les titres, suivis par son efficacité et habileté à se faire élire (voir, par exemple les Figures Figure 12.14Figure 12.14. (c). Ce dernier cas demande une explication contextuelle car le dessinateur Pati fait référence à l'augmentation du prix de l'essence ainsi qu'aux ajustements appliqués par le gouvernement pour faire face à la crise. Ainsi, le Président défile devant la multitude

non en voiture mais à vélo. Dans la bulle on peut lire qu'un enfant dit à son père: « Regarde papa ! Sans les mains !! ». Carlos Menem est aussi montré comme quelqu'un de dynamique car il aime pratiquer des sports, et en moindre proportion, comme pourvu d'autorité. Un exemple de son dynamisme est la Figure 11.9 de la page 401, dans laquelle le chef de l'Etat porte des gants de boxe, une canne à pêche, une raquette, un ballon de rugby... et une secrétaire explique ceci en disant qu'il a une réunion avec le Cabinet de ministres.

A partir de ce que nous venons de présenter à propos des titres et des images qui portent sur Carlos Menem dans S/12, on peut constater que les traits principaux sont à peu près les mêmes dans les deux unités d'analyse. Nous essayerons de délimiter les ethos caractéristiques du personnage Menem à partir des données obtenues.

12.2.5 Un ethos de deuxième ordre

En additionnant les pourcentages les plus élevés des titres et des images qui portent sur Carlos Menem au début de son premier et deuxième mandat, nous parvenons à trois ethos prédominants, tous dans leurs versions négatives. L'ethos de sérieux, qui met en relief la frivolité du personnage dans sa façon de faire de la politique. Il comprend également une tendance à faire un spectacle de l'exercice politique en se montrant devant les caméras, que ce soit par sa participation dans des matchs sportifs ou par le fait de se montrer avec des célébrités sportives ou artistiques. Un deuxième ethos est l'ethos de compétence, qui dans le cas du président Menem dépeint par les auteurs de S/12, se caractérise par un manque d'inventivité, de connaissances et par des maladresses. Un troisième et dernier ethos qui émerge est l'ethos d'un chef autoritaire, qui respecte peu la division des pouvoirs et fait un usage abusif de son propre pouvoir afin de mettre des vetos et signer des décrets selon ses propres convenances politiques.

12.3 Créer un personnage

A l'heure actuelle, l'image médiatique se confond avec l'individu dont il est question, ce qui donne à celle-là un énorme poids qui justifie l'expression de Jean-Marie Cotteret, pour qui « le pouvoir appartient aux plus apparents »[321]. Façonner l'image d'un homme ou d'une femme politique est une tâche qui peut démarrer avec le travail des experts en communication politique, qui opteront pour exploiter certains traits de caractère et en gommer d'autres, sans écarter non plus le travail sur l'image physique. Carlos Menem, par exemple, est connu pour son changement de *look* au cours de ses deux mandats présidentiels sans hésiter à avoir recours à la chirurgie esthétique.

L'image choisie par l'homme politique et ses conseillers s'articule avec l'image diffusée par les médias. De la même manière que ceux-ci construisent « la réalité », en définissant quels seront les événements qui gagneront en visibilité, les hommes et les femmes politiques acquièrent le statut de personnages avec certains traits et gestes caractéristiques, que les journalistes, photographes, dessinateurs identifient de la personne publique, non sans

[321] J.-M. Cotteret. (1991). *Gouverner, c'est paraître. Réflexions sur la communication politique.* Paris : P.U.F.

contribuer aussi à les consolider. Nous avons déjà évoqué au deuxième chapitre l'analogie faite par Jacques Pilhan entre le personnage de feuilleton et l'homme politique. Dans les deux cas, le personnage se voit attribuer certains caractères simples qui restent stables. Est-ce le cas pour les personnages Chirac et Menem ?

Nous reviendrons sur certains aspects centraux dans l'image des deux Présidents qui émergent de diverses analyses réalisées au long de cette thèse, en nous focalisant sur le travail des dessinateurs, qui, à travers leurs œuvres, non seulement ils donnent corps et visage à une politique de plus en plus personnalisée et vedettisée, mais ils rapprochent aussi le gouvernant des citoyens, en montrant certains de ses défauts, tics, goûts et habitudes. Les personnages Chirac et Menem se construisent à partir des spécificités, de ce qui est caractéristique dans leur personnalité. Si la représentation des Présidents en train d'exercer leur fonction, en costume, cravate et chemise dans leur bureau ou une salle de travail est le cas le plus habituel, les aspects qui contribueront à forger une image particulière de ces personnages doivent être cherchés ailleurs. Avec qui sont-ils représentés ? Dans quel décor ? Qu'est-ce qu'ils sont en train de faire ? Comment sont-ils habillés ? Est-ce qu'il y a des thématiques apolitiques qui soient abordées ? Quels traits, goûts et habitudes sont associés aux personnages ? Voici quelques unes des questions auxquelles plusieurs de nos dimensions d'analyse se sont attachées à répondre à la quête des invariantes, mais aussi des particularités.

12.3.1 Le personnage Chirac du *Canard enchaîné*

La plupart des caricatures et *strips* représentent J. Chirac seul ou avec son Premier ministre et d'autres partisans politiques, ce qui est normal. Mais le fait que sa famille - notamment sa femme Bernadette- apparaisse en troisième place attire davantage notre regard. Même s'ils sont souvent dessinés dans l'intimité de la maison ou dans leur lieu de vacances, en train de prendre le petit-déjeuner ou de regarder la télévision, le privé intervient en relation avec les sujets politiques. Si on remarque aussi qu'en 2005 le CE fait allusion aux problèmes d'audition de J. Chirac, il n'en reste pas moins que c'est surtout en raison de la mésentente avec les jeunes ayant participé à l'émission télévisuelle sur le référendum de la Constitution européenne. Les auteurs du CE ont fait de nombreux jeux de mots en liant ces deux thèmes.

Certains aspects personnels sont accessoires par rapport aux vrais sujets politiques et servent à faire le portrait du personnage. Le profil de Jacques Chirac dans le CE est celui d'un bon vivant, qui aime les saucisses et la bière, qui aime regarder les matchs de football à la télévision et qui a une façon spontanée et assez vulgaire de parler dans son cercle privé : voici le côté « humain » du personnage, proche des habitudes du Français moyen. Il a aussi un bon sens de l'humour, il profite de chaque occasion pour se faire des « bains de foule », et serrer les mains de tout le monde, comme au Salon de l'agriculture et pendant les campagnes électorales : voici son côté charismatique. Sur le plan politique, il est le successeur de de Gaulle, même si pour les auteurs satiriques du CE, il n'est pas à la hauteur. Il est aussi un bon connaisseur des cultures orientales, c'est le côté le plus caché et cultivé du personnage. C'est un personnage sympathique et avec une bonne allure, qui se sert des médias à des fins politiques [voir la Figure 12.15. (a)] –ce qui n'est pas une spécificité propre à lui, comme nous l'avons vu dans le chapitre 2- mais qu'il a des qualités personnelles comme un acteur derrière l'écran, un peu comme un dandy [voir la Figure 5.8. (a), page 172 et la Figure 12.15.

(b)]. Il est aussi un homme politique malhonnête pour les auteurs satiriques, qui ne tient pas ses promesses, inefficace, contradictoire et menteur.

Le personnage Chirac qui émerge du CE est le résultat d'un travail collectif, entre dessinateurs et journalistes. Certains traits communs se répètent d'auteur à auteur, mais il y a aussi des spécificités, propres à certains dessinateurs. Ceux qui se distinguent le plus sont quatre dessinateurs, dont trois sont les plus assidus du journal (avec Escaro) : Cabu, Lefred-Thouron, Pétillon et Cardon.

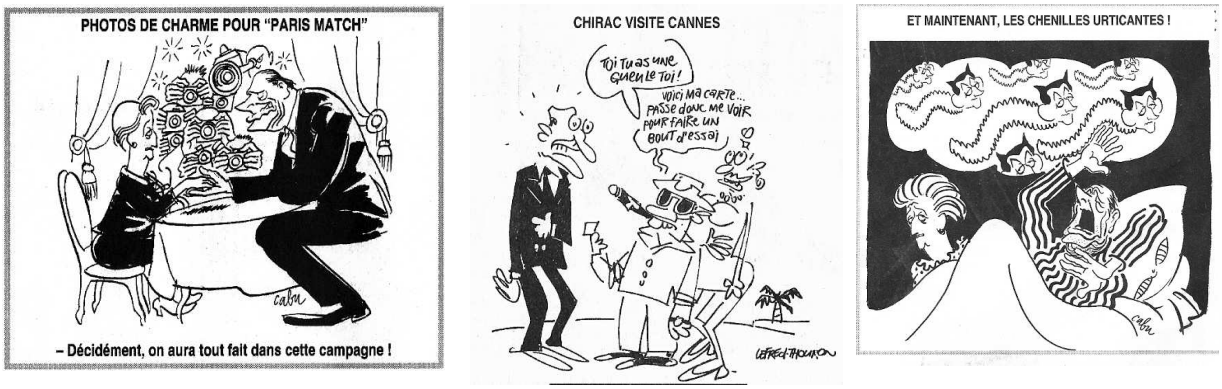


Figure 12.15. (a) A gauche, Cabu, 17/04/2002, p.8. **(b)** Au milieu, Lefred-Thouron, 14/05/1997, p.2. **(c)** A droite, Cabu, 4/05/2005, p. 2.

Cabu est celui qui se sert le plus des situations fictives pour aborder des événements d'actualité : J. Chirac devient un arbitre, un Romain, un « héros » galactique. Il monte un spectacle de l'exercice politique, il fait le magicien qui essaye de trouver des solutions aux problèmes politiques. Il est méprisant et pourvu d'autorité face à son Premier ministre Raffarin, dont les compétences pour son poste sont mises en doute. A d'autres occasions, le Président est avec sa femme à la maison, en pyjama allongé sur le lit, en train de lire ou d'avoir un cauchemar [voir la Figure 5.9 (a) de la page 184 et la Figure 12.15.(c)], des situations qui ont toujours un rapport avec la conjoncture politique. Ce sont habituellement les dessins dans lesquels une goutte coule de son front, signifiant qu'il est mal à l'aise et inquiet : ils font souvent allusion à des affaires douteuses [voir la Figure 12.18. (a)].

Lefred-Thouron aime représenter le chef de l'Etat à la maison avec sa femme Bernadette, assis à table, avec une théière et des tasses, ou des saucissons près de lui. Il a une serviette autour du cou et les manches de la chemise retroussées. Voici le côté qui le rapproche du Français moyen. Bernadette, quant à elle, est souvent sarcastique et avisée dans les conseils politiques qui surprennent son mari. Le dessinateur met souvent l'accent sur ce rapport étroit entre le couple. Comme Lefred-Thouron, Pétillon dessine avec une certaine assiduité J. Chirac avec des cannettes ou bouteilles de bières dans la main ou près de lui. Cet auteur fait un grand recours à l'expressivité des émotions pour transmettre des messages : le personnage apparaît fâché, triste ou surpris, selon les circonstances. Le dessinateur remarque parfois sa sympathie et sa compassion vis-à-vis de son Premier ministre, notamment A. Juppé.

Cardon, quant à lui, se distingue pour représenter J. Chirac avec des conseillers et pour créer ou récréer des situations en plein air. Il insiste sur les promesses non tenues du Président et s'arrête de manière distinctive dans ce qu'il considère comme le côté malhonnête et frivole du personnage. D'autres dessinateurs se détachent du reste par rapport à certaines dimensions

spécifiques, comme c'est le cas de Kerleroux, qui opte pour représenter le personnage seul, et se sert parfois des métaphores pour faire jouer au chef de l'Etat un rôle fictif. Il focalise ses dessins sur le côté ambitieux et vaniteux du personnage quand il est efficace dans une mesure prise, il le montre confiant en soi et déterminé.

La représentation plastique du corps et du visage de Jacques Chirac, c'est-à-dire, le travail caricatural dans un sens strict, qui accentue certains traits et en diminue d'autres, contribue également à la construction du personnage.

12.3.1.1 Exagération plastique du personnage

Nous nous centrerons sur les auteurs dont les images dépassent 2% du total du corpus analysé, c'est-à-dire : Cabu, René Pétillon, Lefred-Thouron, André Escaro, Jean-Marie Kerleroux, Cardon, Delambre, Pancho et Kiro. Nous identifions un dénominateur commun chez tous les dessinateurs : ils mettent en exergue le nez et le menton proéminents du personnage. La plupart remarquent aussi sa taille, et quelques dessinateurs (Cabu, Kerleroux et Kiro) soulignent les rides du visage. La façon de dessiner J. Chirac au cours des dix ans d'analyse n'a pas évolué significativement, donnant ainsi une cohérence dans la représentation du personnage. Ceci peut obéir au fait que les dessinateurs étaient déjà habitués à dessiner J. Chirac en tant que Premier ministre et puis comme Maire de Paris ; il n'était pas méconnu des auteurs plastiques.

Dans le style des dessinateurs, nous reconnaissons deux groupes plus caractéristiques (voir la Figure 12.16.): ceux qui présentent un style nettement caricatural, avec des dessins simples, dépourvus de grands détails, et à la ligne claire, avec des traits réguliers, sans effets d'ombre et de lumière (Pétillon, Lefred-Thouron, Escaro, Delambre se trouveraient dans ce groupe); et ceux plus conformes au référent et contraires à la ligne claire, avec un plus grand nombre de traits pour faire le contour des figures (Kerleroux et Kiro). Les autres dessinateurs présentent un style plus difficilement classable dans ces groupes.

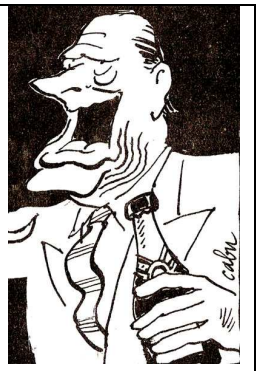
Cabu pratique « un art de la grimace »[322], avec des visages très expressifs. Dans les caricatures sur J. Chirac, la bouche de ce dernier est toujours très grande et très fréquemment ouverte. Cela permet au dessinateur de mobiliser une expression populaire : « avoir une grande gueule » pour connoter que son personnage « a le verbe haut, (qu'il) s'emporte (et) proteste violemment »[323], une idée parfois affleurant des images du Président. Cabu se penche pour un humour qui naît fréquemment des situations représentées, ce qui explique le haut recours à des métaphores visuelles.

[322] Brochure de l'exposition « Cabu et Paris » à l'Hôtel de Ville. Paris, 2007.
[323] A. Rey et S. Chantreau. (1997). *Dictionnaire des Expressions et locutions*. Paris : Les Usuels du Robert, p. 482.

Kerleroux

Kiro

Lefred-Thouron

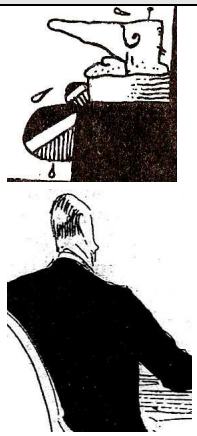


Cabu

Pancho

Pétillon

Delambre



Escaro-Cardon

Figure 12.16. Caricature de J. Chirac d'après neuf dessinateurs du CE.

Escaro, « spécialiste du cabochon » (Tillier, 2001 : 199) se caractérise par des dessins qui présentent peu de détails et dont les traits sont très simples. Il réduit les contours, les volumes et les espaces et opte pour une nette opposition entre des zones blanches et des aplats noirs. Il a l'habitude de dessiner les hommes politiques, dont J. Chirac ne sera pas l'exception, avec un clou dans la tête ou le corps : l'emplacement exact du clou peut changer. Cette caractéristique n'est pas présente dans le corpus d'images de 1995 mais apparaît à partir de la période de 1997. Nous ne saurions pas donner une explication à ceci. Il pourrait actualiser une expression populaire avec le terme *clou*, souvent utilisé pour désigner « une chose sans valeur ». Escaro ne s'appuie pas sur la sémiotique des gestes et des expressions du visage pour construire son personnage Chirac, qui apparaît la plupart du temps inexpressif, sérieux. Ses yeux sont représentés avec un trait fin et courbe afin de souligner leur petite taille.

La représentation que Pétillon et Lefred-Thouron font du personnage Chirac est très caricaturale, dans le sens où il y a une simplification très grande des traits et une économie importante d'éléments. Pétillon se sert souvent des expressions faciales pour attribuer des émotions à son personnage. Le regard de J. Chirac est souvent vers le haut, peut-être s'agit-il d'une manière d'exprimer de l'angoisse, ou un mécontentement. C'est comme un tic inconscient du dessinateur[324]. Les caricatures de Lefred-Thouron se caractérisent par des lignes claires mais qui ne délignent pas le contour complet des figures représentées, laissant des espaces en blanc que le lecteur complétera dans sa lecture plastique.

[324] Nous avons d'ailleurs, lui posé la question lors de nos entretiens mais même s'il a trouvé l'observation pertinente, il n'avait pas une réponse pour expliquer ce choix stylistique.

Cardon, pour sa part, a une grande particularité : il ne dessine jamais les visages des hommes politiques. La plupart du temps, il les représente de dos, et les fois où il les représente de front, il n'ont pas de tête ! [voir la Figure 8.34. (c), page 296]. Jacques Lamalle propose une explication à cette caractéristique qui conforme le style du dessinateur : « Je pense que ça correspond à sa vision pessimiste du monde (…) Il ne veut pas flatter l'homme politique en le dessinant, il sait très bien faire. Dessiner un dos, ça suffit, ça reste reconnaissable ».

Chez Kerleroux, « la caricature repose sur un trait démultiplié comme pour trouver et fixer le trait juste, au point que les états successifs de l'esquisse paraissent être devenus indissociables du dessin achevé » (Tillier, 2005 : 201). Les dessins de Kiro présentent aussi une multiplicité des traits mais contrairement à Kerleroux, il y un trait prédominant.

Pancho, quant à lui, est le seul dessinateur à dessiner J. Chirac avec des lunettes, très caractéristiques du look du personnage avant qu'il soit Président. Pour Tillier, l'auteur a mis en pratique une technique représentant la tête et le corps des personnes avec une taille et un volume identique. C'est une manière de concentrer la charge dans les visages, tout en rapetissant les grandes personnalités de la politique.

12.3.1.2 « Je n'ai rien créé, moi »

Le titre reflète l'avis de quelques dessinateurs qui nient modestement un travail créateur de leur part dans la représentation de J. Chirac. Ils se sont servis de l'information diffusée par les médias, affirment-ils. De la création avec une valeur artistique, on passe à un sens qui implique une construction d'un événement médiatique. Nous avons vu auparavant qu'un événement n'existe pas en tant que tel si ce n'est par le regard des médias, qui le modulent en fonction des choix des sujets qui sont abordés et de ceux qui sont effacés, de l'accent qu'on met sur certains aspect des sujets sélectionnés ainsi que de la façon de les montrer. Autour d'un phénomène, on choisira les aspects qui –en fonction du profil médiatique, du contrat de lecture, de la vision du monde prédominante dans le média- méritent la peine d'être traités. Cette idée, si elle peut être plus ou moins provocatrice –de moins en moins au cours du temps- dans les médias informatifs qui visent à un traitement objectif de l'information, elle n'est pas contestée dans la presse satirique, qui par définition exagère, charge et se centre sur le côté négatif des choses.

La représentation que les membres du CE font de J. Chirac est le fruit d'un acte créatif : on crée un personnage plus ou moins défini, plus ou moins consistant. Consulté sur son personnage Chirac, Lefred-Thouron a répondu : « Je n'ai pas créé grand-chose. Je me suis plutôt approprié le personnage Chirac tel que beaucoup de Français l'ont connu et pratiqué. En accentuant les côtés sympathiques, franchouillards, son goût pour la gaudriole, son franc parler, son penchant pour la charcuterie et la bibine. Des types comme ça sont une aubaine pour les dessinateurs »[325]. Il a puisé ses sources « en le regardant faire, tout simplement. Puis en utilisant ses habitudes, ses tics pour en faire un genre de personnage de bande dessinée». Kerleroux est peu convaincu de son rôle créateur. Quand nous lui avons demandé d'où il tirait ses sources d' « inspiration », pour créer le personnage Chirac, il a répondu : « Mais je n'ai

[325] L'avis des membres du CE interviewés à propos de J. Chirac sont présentés dans les annexes, dans la section 8.3.1.

rien créé, moi. Je regarde son attitude, sa façon de marcher, c'est tout. Je regarde, moi je suis un dessinateur naturaliste ». La réponse de Pétillon se trouve aux antipodes de celle de Kerleroux:

> « Je me sers comme un personnage de fiction, comme je fais de la bande dessinée, je fais des personnages…C'est un personnage de papier. C'est vrai que j'ai construit un personnage Chirac qui est parti de ma galerie de personnages. C'est comme l'auteur dramatique qui a un personnage dans la pièce qui sait comment le faire venir parce que c'est comme ça que ce sera plus percutant. Donc c'est un peu comme dans une pièce de théâtre ».

Les réponses que les dessinateurs donnent correspondraient un peu à leur manière de travailler. Kerleroux voit son intervention moins clairement que Pétillon. Le travail n'est effectivement pas le même dans une caricature de Cabu, par exemple, qui fait de manière distinctive recours à une représentation fictive de la réalité, que dans des dessins plastiquement plus conformes au modèle. Cette explication que nous proposons est sans doute une hypothèse qui mériterait une étude spécifique, centrée sur la conception que les dessinateurs ont de leurs propres œuvres et de celles de leurs collègues. Quand nous parlons du façonnement d'un personnage, nous faisons autant référence à sa représentation plastique qu'aux traits personnels et sociaux qui lui sont attribués.

12.3.2 Le portrait journalistique de Jacques Chirac

Le portrait satirique construit par le CE sur le Président de la République résulte d'un travail d'accentuation des traits négatifs et au contraire, d'un gommage des traits positifs. L'image ainsi résultante est déformée et vise à discréditer le dirigeant politique. En nous basant sur une étude centrée sur l'image médiatique de Jacques Chirac forgée par des magazines français (*Le Point, V.S.D., Le Nouvel Observateur, L'Evénement du Jeudi, Paris Match*), nous avons voulu souligner le contraste entre les deux portraits -satirique et journalistique- du personnage, afin de chercher des points de convergence et de divergence.

Nous avons déjà fait référence à la thèse de Christine Errera (2003), dans laquelle elle analyse l'image médiatique des hommes et des femmes politiques en différenciant des mythes fondateurs, et des traits forts, qui comprennent des qualités individuelles et des qualités sociales (voir la section 2.4.). En ce qui concerne le président Chirac, l'auteur a identifié quatre mythes fondateurs. Un premier mythe fait référence au « **Chirac corrézien** », un personnage qui a un lien fort avec ses racines. Même s'il est né à Paris, son grand père était corrézien et il y passait ses vacances. Cette implantation affective deviendra politique aussi (voir le chapitre 6). C'est par cet attachement à la Corrèze que les médias ont attribué au personnage le goût pour la cuisine du terroir, pour la charcuterie, les buffets, la bière. Au Salon de l'agriculture à Paris, estime la presse, « il y passe des heures ». Errera relie cette caractéristique au franc parler remarqué dans les magazines, un « style dépouillé de finesse ». Comme nous l'avons vu, ces traits sont présents dans la caractérisation du Président par le CE. Un deuxième mythe fondateur est sa **vitalité**, son dynamisme, un trait qui, pourtant, n'est nullement central dans l'image construite par le CE. Son esprit de conquête apparaît comme troisième mythe: c'est « **Chirac, le hussard** », avec trois dimensions sous-jacentes : celle du guerrier, celle du modèle relationnel autorité/obéissance, et celle de la brusquerie. Cette image

apparaît avec une certaine récurrence au CE. Quelquefois, il incarne le militaire de sa jeunesse, qui aime redresser « sa troupe », qui aime se positionner en tant que chef (voir la Figure 5.7., page 171). La brusquerie pourrait être liée à la vigueur verbale, aux dérives verbales, comme le CE a caractérisé le personnage à l'occasion de la guerre en Bosnie, un côté également impulsif et parfois maladroit. Un quatrième mythe fondateur est son « **amitié exclusive** » avec Alain Juppé et Edouard Balladur, des amitiés qui ont atteint une grande célébrité. L'hebdomadaire satirique s'est fait l'écho de ces relations amicales. Ainsi, après les élections législatives de 1997, le personnage Chirac montre sa loyauté et sa compassion envers son Premier ministre A. Juppé, alors que ce denier doit quitter le gouvernement. Le CE consacre aussi quelque place à traiter les rapports conflictuels entre J. Chirac et « son ami de trente ans », E. Balladur, après la « trahison » de ce dernier [voir la Figure 5.6. (a) de la page 170, la Figure 11.17. (a) et la Figure 11.17. (b) de la page 411).

C. Errera distingue plusieurs qualités individuelles dans l'image médiatique du chef de l'Etat : son inconsistance, il est comme « une girouette » ; sa gourmandise pour la nourriture mais aussi pour le pouvoir : le personnage est ambitieux et opportuniste; et sa ténacité, sa disposition à ne jamais renoncer, des attributs qui lui ont valu le surnom de « bulldozer ». Tant l'inconsistance, l'ambition et l'opportunisme sont des traits récurrents dans le CE. Les magazines dévoilent un homme qui est un mélange de chaleur humaine et de pudeur, c'est un faux extraverti. D'une part, il est sympathique, chaleureux, convivial et jovial. C'est le personnage qui aime les bains de foule, qui aime faire les campagnes et serrer les mains. D'autre part, c'est quelqu'un d'hermétique à la confidence. Si nous reconnaissons les traits d'extraversion dans l'hebdomadaire satirique, nous ne sommes pas en mesure de dire la même chose pour le côté réservé du personnage. Cela tient strictement à l'intimité du Président et sur ce sujet nous penchons à dire que le CE ne se prononcera pas, sauf dans le cas où ce trait est utilisé à des fins politiques. Un autre trait qui émerge de l'étude de C. Errera est l'image de Jacques Chirac comme spontané et décontracté, ce qui entre en tension avec l'image d'affecté qui parfois pourrait être associée à *Chichi* (voir la section 11.3.1.1.). Le dirigeant politique est aussi montré comme séducteur, beau et robuste, des traits ayant aussi apparu dans notre analyse.

Quant aux qualités sociales, les magazines se réfèrent à l'amour fort avec sa femme, « au dialogue très franc et authentique », à une « forte complicité ». Jacques Chirac aurait besoin du soutien et de l'approbation de Bernadette. C'est comme un travail en équipe. Nous avons reconnu cette caractéristique dans les images du CE, à travers de nombreuses caricatures dont celles de Cabu et particulièrement de Lefred-Thouron, auxquelles nous avons fait référence dans la section 12.3.1. En plus de sa femme, les magazines ont aussi abordé le rapport entre le chef de l'Etat et sa fille Claude, sa « collaboratrice fidèle et dévouée ». Dans le CE, c'est l'autre membre de la famille qui apparaît avec lui, surtout en tant que chargée de communication du Président, mais les dessinateurs la représentent beaucoup moins que sa femme.

A partir de cette courte révision de l'image retracée de Jacques Chirac dans les magazines français, nous pouvons affirmer que plusieurs traits du personnage se retrouvent aussi dans l'hebdomadaire satirique. Cela répond à une certaine cristallisation dans l'image du Président, sur laquelle nous nous arrêterons un peu plus bas. Pourtant, un grand trait manquant est lié à l'honnêteté de l'homme politique, alors que c'est la dimension de synthèse

dans le portrait du CE. Pourquoi cette absence ? Est-ce parce que c'est une accusation très forte ? Nous ne pouvons fournir aucun élément de réponse dans le cadre de notre thèse, mais elle reste sans doute comme une interrogation valable pour mener des recherches supplémentaires.

12.3.3 Le personnage Menem de *Sátira/12*

Après avoir développé l'image forgée sur le président Jacques Chirac par le CE, avoir pris en considération les représentations plastiques caricaturales faites par les dessinateurs, et avoir comparé cette image satirique avec un portrait journalistique dépeint à partir d'une étude des magazines français, nous nous occuperons du président Carlos Menem, en commençant par certaines facettes de son image identifiées à partir de l'analyse des caricatures et *strips* de S/12.

Si l'on considère les personnes qui sont représentés avec le dirigeant, on constate qu'il est davantage dessiné avec des journalistes et des assesseurs politiques et moins avec des représentants politiques. Ces données, additionnées au fait que les citoyens apparaissent en quatrième place, profilent déjà un personnage très médiatique, qui se veut proche des gens. Le côté « vedette » et « spectacle » du Président est reconnu par les membres de S/12 dès ses premiers jours au pouvoir. Au cours de ses deux mandats, le chef de l'Etat n'a pas manqué l'occasion de se photographier avec des célébrités nationales et internationales comme les *Rolling Stones* ou Michael Jackson, en tournée en Argentine. Avec Carlos Menem, la communication politique change en Argentine, combinant le contact personnel avec les gens et l'utilisation intensive des médias. En accord avec Luis Alberto Quevedo[326], à partir de la gestion ménémiste, l'Argentine entre sans conteste dans l'ère de la vidéopolitique.

S/12 fait le portrait d'un homme qui aime les sports collectifs (le football et le basket-ball) mais aussi individuels, à partir de sa pratique du golf. Ces traits que nous venons de mentionner lui ont valu le qualificatif de frivole et peu sérieux, qui traite à la légère des sujets de gravité ou qui s'arrête dans des questions peu importantes. De sa pratique sportive vient aussi une image dynamique du personnage. A de rares occasions, il est aussi représenté avec de l'humour, comme quelqu'un de jovial. D'autres traits qui émergent à partir de son double triomphe électoral sont son efficacité et surtout, sa popularité. Le personnage Menem est charismatique.

Le fait que la plupart des images analysées le présentent entouré des conseillers et en train de dialoguer avec eux nous donne des pistes aussi sur un possible besoin attribué au dirigeant, de consulter et débattre autour de ses actions et déclarations politiques. Il est parfois représenté comme maladroit, peu instruit. Carlos Menem est aussi présenté comme autoritaire du moment où il ne respecte pas la division des pouvoirs et prétend avoir une incidence dans des questions législatives et judiciaires. Le trait manquant est celui de malhonnête, en dépit des affaires douteuses qui l'ont entouré, depuis la moitié de son premier mandat. De fait, aucune des images analysées ne porte sur ce sujet, ce qui peut s'expliquer en partie par les périodes analysées. Le style des dessinateurs de S/12 semble être un peu plus ancré dans le réel que celui des dessinateurs du CE car Carlos Menem n'est pas représenté dans des

[326] L. A. Quevedo. (1999). « Política, medios y cultura en la Argentina de fin de siglo » *in* D. Filmus (comp.). *Los noventa. Política, sociedad y cultura en América Latina y Argentina de fin de siglo.*. Buenos Aires: Eudeba.

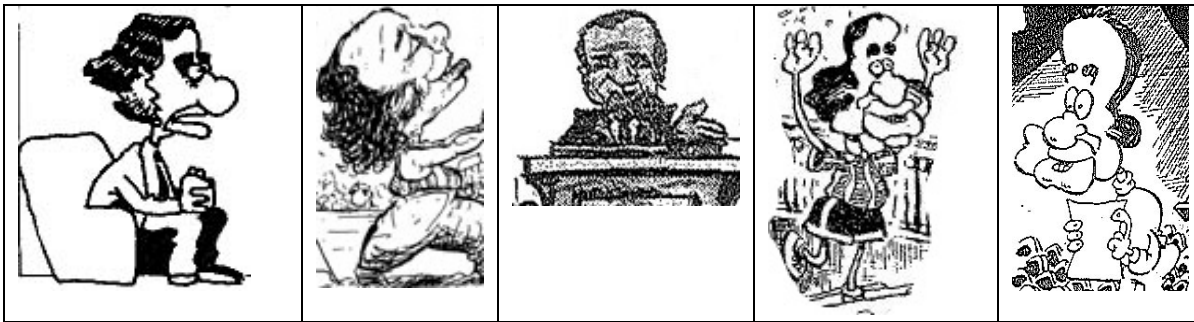
contextes fictifs, sauf dans des terrains des sports, ce qui est caricaturale, certes, mais inspiré de ce qui a effectivement eu lieu. Quand ses tenues sont informelles, c'est parce qu'il est vêtu comme un joueur de football.

Nous nous chargerons par la suite, de décrire la représentation caricaturale que les dessinateurs font du visage et du corps de C. Menem.

12.3.3.1 Exagération plastique du personnage

Quoique les auteurs des caricatures et *strips* qui portent sur C. Menem dans S/12 soient huit, les dessinateurs les plus assidus sont trois, car comme nous l'avons déjà remarqué, une bonne partie des images résultent d'un travail en équipe, entre des « scénaristes » et dessinateurs. Ces trois auteurs sur lesquels nous nous arrêterons quelques instants sont : Pati, Toul et Daniel Paz (voir la Figure 12.17.). Tous les trois mettent l'accent sur la petite taille de l'homme politique, dessinant une tête exagérément plus grande. Le personnage a un grand nez et des lèvres saillantes, notamment l'inférieur ; et des cheveux et des favoris longs, ces derniers blancs au milieu. Puisque le *look* de C. Menem a changé entre ses deux mandats, la représentation des dessinateurs l'a fait aussi : les cheveux et les favoris du personnage sont courts en 1995. Il faut signaler une énorme évolution dans la façon de Toul de dessiner le Président. Loin d'être achevés en 1989, ses dessins sont dotés d'un style caractéristique en 1995, représentant toujours le dirigeant derrière une estrade dans une conférence de presse, en situant en bas la grande masse de journalistes, et en haut, le Président seul, qui répond aux questions.

Le style de Daniel Paz et Pati se caractérise par une économie et une simplicité des traits. Les caricatures du premier se limitent à la première période. Elles sont dépourvues de détails, le bureau présidentiel suffit juste pour situer le décor. Le personnage est peu expressif et il est toujours représenté en costume, chemise et cravate. Pati joue davantage avec la récréation des situations, prêtant plus d'attention au décor. Pour cet auteur, C. Menem a un visage caricatural, qu'il a bien aimé représenter. « Son Menem » est devenu un personnage indépendant du modèle, assure le dessinateur. « Je l'ai tant dessiné, qu'il s'est incorporé à mon style. Ça m'était égal que Menem rassemble à mon personnage, c'était un personnage indépendant. C'était *mon* Menem ».



Daniel Paz 1989	Toul 1989	Toul 1995	Pati 1989	Pati 1995

Figure 12.17. Evolution de la caricature de C. Menem d'après trois dessinateurs de S/12, en 1989 et 1995.

12.3.4 Quelques traits pour un portrait composite de Carlos Menem

Nous avons déjà signalé que l'image que S/12 forge du président Menem présente plusieurs points en commun avec une image circulant dans l'opinion publique, issue de l'avis des journalistes, des intellectuels, et de divers secteurs de la société. Nous soutiendrons cette affirmation en citant certains auteurs –journalistes, intellectuels et chercheurs- qui ont écrit sur le dirigeant politique, en nous centrant sur les traits caractéristiques associés au personnage qui apparaissent dans le supplément satirique. Notre approche sera à peine approximative, car une plus grande profondeur impliquerait une étude spécifique, injustifiée dans le cadre de cette thèse.

Déjà, dans sa campagne électorale en 1989, C. Menem a montré des gestes de contact avec les gens, des caractéristiques personnelles avec des ingrédients mélodramatiques, sportifs et artistiques, estime Oscar Landi. D'après Aníbal Ford, C. Menem « apparaissait à la télévision de manière habituelle, comme un des membres de ce média et non comme un homme politique qui achetait des espaces pour émettre de la publicité partisane »[327]. « Mais ces caractéristiques qui furent interprétées par la plupart de l'électorat comme des traits de sincérité et d'un nouveau style (dans le contexte d'une détérioration du politique-docteur), peuvent devenir des indices d'irresponsabilité, de manque de sensibilité et de compétence s'ils ne se corroborent pas avec de bons résultats dans l'action du gouvernement » (Landi, 1992 : 112). C. Menem a été taxé de frivole et a été signalé comme un acteur central dans le processus de vedettisation et spectacularisation de la politique expérimenté en Argentine. Il a également été qualifié comme autoritaire et ambitieux , avide de pouvoir :

> « Le gouvernement de Menem s'est caractérisé par un style autoritaire (…) Le président concentra dans ses mains une grande quantité de pouvoir, et il l'utilisa sans restrictions. Il délégua la gestion quotidienne à un ensemble de fonctionnaires, unis à lui par des liens de loyauté (…) L'exercice sans limitations du pouvoir s'appuya sur un vaste triomphe dans le terrain discursif, où le gouvernement imposa non seulement ses points de vue mais aussi sa manière d'organiser le débat. Le rôle du président fut ici fondamental, pour sa maîtrise du langage des médias –devenus décidément les formateurs de l'opinion publique- et aussi pour sa maigre exigence de cohérence ou véracité »[328].

Le style de C. Menem est associé à la légèreté, à la banalisation, à la décontraction. Horacio González dresse un portrait composite du personnage :

> « Menem a enlevé le poids littéral aux mots (…) le type d'énonciation du président se base sur l'histoire drôle, le trait d'esprit amusant qui démonte constamment le cérémonial, la bouffonnerie autorisée au roi, (…) l'invocation biblique mal citée, (…) le lapsus impossible, (…) la phrase autoritaire ensuite démentie, (…) la série de propositions jetées comme des hameçons capricieux qui annulent la politique en tant qu'acte discursif, en tant que débat d'idées »[329].

---

[327] A. Ford, cité par O. Landi, 1992, p. 82.

[328] L. A. Romero. (1994). *Breve Historia Contemporánea de la Argentina*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina, pp. 372-373.

[329] H. González,1992 : 55. Phrase originale citée : « Es el Menem que le sacó peso todo peso literal a las palabras (…) el tipo de enunciación del presidente se basa en el chascarillo, la salida chistosa que desarma permanentemente el ceremonial, la bufonería permitida del rey, (…) la invocación bíblica mal citada (…), el lapsus imposible, (…) la sentencia autoritaria luego desmentida (…), la serie de proposiciones lanzadas como

Les paroles de Pati rejoignent cette image de bouffon attribuée au personnage. Pour cet auteur, c'était facile de faire des blagues sur le Président. « Mais parfois il nous dépassait. Des choses qui nous semblaient absurdes, il les dépassait. On faisait des blagues mais avec Menem, ce n'était plus drôle. Il a bougé les limites. (…) On a perdu le registre car tout pouvait être drôle ». Rudy va dans le même sens quand il affirme :

> « Menem était devenu protagoniste de tout ce qui se passait dans le pays. (…) Au début de son mandat, les autres sont devenus des acteurs secondaires. C'était lui le protagoniste, le meilleur acteur, le meilleur réalisateur (...) C'était quelqu'un qui riait absolument de tout (…) Il est apparu comme un personnage avec beaucoup d'absurde, de ce qui était alors considéré comme absurde. Le personnage a été un reflet de ce que faisait la personne »[330].

12.3.5 Limites dans la charge présidentielle

A partir du phénomène de spectacularisation de la politique maintes fois évoqué, les frontières entre la sphère publique et la sphère privée se sont rétrécies. Même si le fait de définir ce qui est de l'ordre public et ce qui est de l'ordre privé est une question culturelle qui peut varier de pays à pays[331], la vie publique d'un homme ou d'une femme politique désigne habituellement sa conduite « dans l'exercice de ses fonctions officielles » tandis que sa vie privée se réfère à « ce qui fait partie de la vie familiale, personnelle d'un individu, de son intimité; ce qui ne concerne pas les autres »[332], ou en tout cas, ce qui ne *devrait* pas concerner les autres, car on sait bien que les médias s'intéressent de plus en plus à cet aspect des célébrités. Soucieux de donner davantage de précisions sur le domaine, Antoine Prost distingue quatre types de vie privée : « la 'vie secrète' (…) scellée, quelque souffrance qu'elle produise (…), la 'vie privée', livrée aux regards de la famille, des amis, des relations (…), la 'vie privée statuaire', celle que l'homme 'arrivé' socialement reconnu –politicien, acteur, sportif- entend médiatiser (…) (et) enfin la 'vie privée violée' par le système médiatique pour faire monter l'audimètre »[333]. Quel traitement fait-on du privé dans les journaux satiriques sélectionnés ? Respecte-t-on la division traditionnelle entre les deux sphères ?

Dans le cas du CE, les références à la vie privée du président Chirac comprennent certains goûts attribués à sa personne comme la bière, la charcuterie, regarder des matchs de football à la télévision, ou la culture orientale, parmi ceux déjà signalés plus haut. Ceci correspondrait à la « vie statuaire », selon la classification d'A. Prost. Nous avons également mentionné l'accent mis par l'hebdomadaire sur les problèmes d'audition, mais son approche a été faite à partir d'une intervention publique du chef de l'Etat dans une émission télévisuelle. Le personnage est parfois représenté avec les manches de la chemise retroussées et le nœud de la cravate lâche, en pyjama et pantoufles, en tenues sportives ou maillot de bain. Dans

---

anzuelos caprichosos que anulan la política como hecho discursivo, como debate de ideas y como creencia de los individuos ».

[330] Phrase originale citée: "Menem se puso en protagonista total de todo lo que pasaba en el país. Cuando asume Menem, como que los demás pasan a ser actores de reparto. Es el protagonista, el mejor actor, el mejor director (…)Apareció un personaje con mucho de absurdo, desde lo que en ese momento se consideraba absurdo. El personaje es reflejo de lo que hace la persona".

[331] D.-L. Seiler, cité par C. Errera. (2006). La vie privée des politiques, un tabou de la presse française. *Communication & Langages 148*, p. 82.

[332] *Trésor de la Langue Française informatisé.*

[333] A. Prost, cité par C. Errera, 2006, p. 83.

certaines occasions, il est chez lui, en train de regarder la télévision avec une bière dans la main ou de prendre un thé avec sa femme. Ces représentations contribuent sans doute à façonner le personnage Chirac du CE, mais elles sont, tout de même, respectueuses de l'intimité de l'homme politique et restent assez superficielles et inoffensives. Certains des goûts mentionnés –ou peut-être même tous- font partie de l'image que les chargés en communication du chef de l'Etat ont décidé de faire connaître au public : un Président proche des gens, simple.

Les références à la vie privée du président Menem sont très rares dans le corpus considéré : il n'est jamais dessiné à la maison et ses tenues informelles se limitent aux vêtements sportifs. Une seule fois un titre –et non une image- a mentionné sa femme et sa fille, faisant comprendre que ce sont elles qui « gouvernent » à la maison du Président : « ¿Ley de Lemas ? Y en la Quinta, ley de Zulemas » (« Loi de Lemas? Et à la Quinta, loi de Zulemas »[334]. Néanmoins, nous considérons qu'il faudrait élargir le corpus d'application pour pouvoir nous prononcer à propos de ce sujet.

Quel est l'avis des membres des deux journaux par rapport au traitement qu'ils font des sujets privés ? Lors de nos entretiens avec des directeurs, rédacteurs-en chef, journalistes et dessinateurs du CE et de S/12, nous avons voulu savoir, d'une part, s'il y a des limites à ne pas dépasser lorsqu'on charge la figure présidentielle et d'autre part, quels sont les sujets que les journaux n'oseraient ou préfèrent ne pas aborder. Les personnes interviewées ont donné une réponse unanime à ces deux questions : le respect de la vie privée. A cet égard, Cabu a signalé :

> « Moi, je ne respecte rien, sauf la vie privée. Je peux critiquer la religion, parce que c'est une idéologie comme les autres. Les idéologies sont critiquables, il faut les critiquer. Et la vie privée c'est vraiment ce qui fait la différence entre la république et une dictature. Dans une dictature il n'y a pas de vie privée parce qu'on vous écoute, on vous espionne. On se sert de votre vie privée pour faire des chantages, etc. La vie privée est importante, c'est la démocratie ».

En dépit de cette posture si ferme de respect de la vie privée, les auteurs satiriques accordent que parfois, ce sont les hommes politiques qui exposent leur vie privée à des fins politiques. Les membres du CE ont affirmé que les frontières entre le privé et le public sont estompées depuis que le président Sarkozy est au pouvoir.

Dans le cas du traitement satirique contre le Président de la République, les auteurs satiriques assurent ne pas faire de distinction entre cette personnalité publique et n'importe quelle autre. D'après Kerleroux, la fonction présidentielle peut même exposer davantage l'homme politique, car il a une responsabilité majeure.

Ni le CE ni S/12 ne font recours au scatologique dans leurs pages. Le seul dessinateur le plus osé est Cabu, notamment dans son *strip*-rubrique du Beauf -où il y a parfois des images sexuelles-, et dans quelques caricatures où prévaut un humour noir. Un exemple grotesque, sans doute celui qui est allé le plus loin, est la Figure 12.18.(b), dans laquelle le dessinateur déplace sarcastiquement une citation du Premier ministre Jean-Pierre Raffarin :

[334] La Quinta de Olivos est la résidence officielle du Président en Argentine, l'équivalent du Palais de l'Elysée. « Zulemas » fait référence à l'ancienne épouse de Carlos Menem, Zulema Yoma, et à sa fille, Zulema Menem. La loi de Lemas est un système électoral.

« Je fais don de ma personne à la France ». A cette époque-là, le gouvernant avait été opéré de sa vésicule.

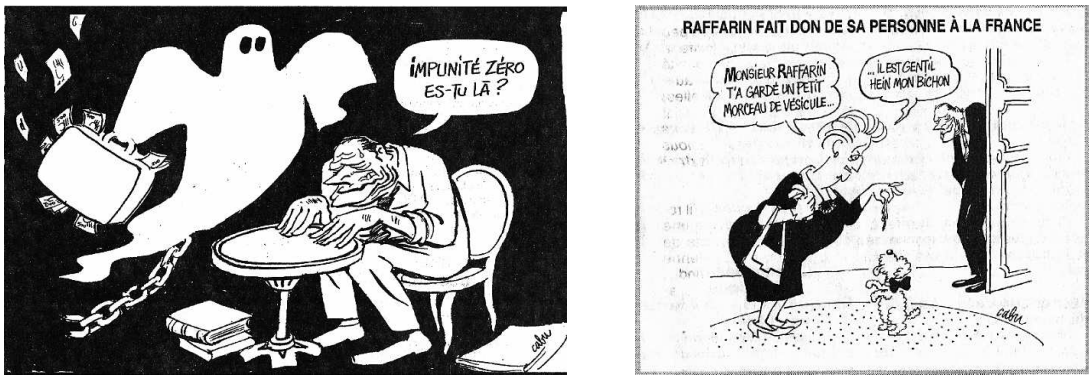


Figure 12.18. (a) A gauche, Cabu, 17/4/2002, p.3. **(b)** A droite, Cabu, 11/05/2005, p. 5.

En somme, on peut affirmer que les deux journaux satiriques analysées restent assez respectueux de la vie privée des deux Présidents. Le traitement satirique, tellement critique et rabaissant, se fonde avant tout sur l'exercice qu'ils font du pouvoir.

12.4 En guise de conclusion : l'image présidentielle, résultat d'un processus de stéréotypisation

La personnalisation du pouvoir si caractéristique dans les régimes monarchiques d'autrefois se prolonge dans les régimes démocratiques sous des formes nouvelles, influencées par la logique des médias. D'une certaine façon, on peut dire que le Président est le roi des temps modernes, responsable majeur des actions menées dans le pays, et cible de tous les regards. Mais les distances entre les deux gouvernants s'élargissent rapidement : en plus de permettre à un représentant élu par une majorité citoyenne d'accéder au pouvoir, le système démocratique a besoin de la pluralité de débats. Il a besoin des discours contestataires à ce pouvoir dominant, autrement dit, des contre-discours. La presse satirique intervient justement comme telle, critiquant de manière systématique les actions et les discours des dirigeants politiques. A l'époque monarchique, Louis Marin soutient que, comme il n'existait pas d'autres portraits possibles que ceux préparés pour le roi, il s'instaurait un seul discours : le discours dominant qui exaltait l'image du roi, le discours de l'éloge[335]. Si le discours de la satire est opposé à celui de l'éloge, peut-on alors conclure que le discours du CE et de S/12 est le discours du blâme ? Marc Angenot positionne le discours polémique et le discours satirique comme des discours voisins, situant le pamphlet -le discours du blâme par excellence- à l'intérieur du discours polémique[336]. Or, le blâme appelle souvent à l'injure, ce qui n'entre pas dans une logique journalistique. Même si le regard du satiriste est déformant, la pratique de l'investigation journalistique de la part du CE, et le fait d'être attaché à un quotidien qui la pratique, pour le cas de S/12, les éloigne du recours à l'injure. Le CE se voit même porteur d'un statut de vérité, qui n'est pas seulement une auto-attribution ; c'est le

[335] L. Marin. *Le Portrait du roi.* Paris : Les Editions de Minuit, 1981.
[336] M. Angenot. *La parole pamphlétaire. Typologie des discours modernes.* Paris : Payot, 1982.

résultat d'un statut qui lui est attribué par la presse en générale et par une grande communauté de lecteurs et sympathisants. En outre, nous avons fait référence à cette règle de base du journal, de rester attaché aux faits avérés.

Nous pouvons donc penser les deux médias satiriques considérés comme des contre-discours[337] du discours officiel[338], qui visent particulièrement la classe qui est au pouvoir, et notamment ceux qui occupent les postes les plus élevés. L'image que les journaux proposent de J. Chirac et de C. Menem est très négative -surtout dans le cas français-, constamment orientée à rendre compte des erreurs, des contradictions, des mesures inefficaces, des travers de ces dirigeants politiques. Dans ce cadre, nous nous sommes attachée à étudier comment le CE, le corpus de référence, procède lorsqu'il y a moins de raisons pour critiquer et rabaisser le Président, c'est-à-dire, quand ses actions sont majoritairement jugées positives dans l'opinion publique. Notre hypothèse consistait à affirmer qu'il procède en choisissant deux voies principales : soit il consacre moins de place à ces actions positives, soit il les associe à une action négative ou à un trait négatif du personnage. Nous basant sur six faits politiques différents : les déclarations du Président lors du 53ème anniversaire de la rafle du Vélodrome d'Hiver, son action en Afrique, son intervention dans la guerre aux Balkans, le deuxième tour des élections présidentielles de 2002, la posture du chef de l'Etat face à la guerre en Irak, et des sondages d'opinion favorables à sa personne, nous avons pu vérifier notre hypothèse. Même s'il n'hésitera pas à approuver des décisions importantes, l'hebdomadaire ne s'y attardera pas longuement, orientant son regard ailleurs.

Le phénomène de vedettisation et spectacularisation de la politique se répercute dans un traitement de plus en plus centré sur la personnalité des hommes et des femmes politiques, ce que nous avons pu constater dans notre recherche. Les analyses portées sur les titres et les images du CE et de S/12 nous ont permis de dégager les traits les plus caractéristiques associés aux présidents Chirac et Menem. De ces traits émergent divers ethos prépondérants, qui constituent des aspects nucléaires dans la figure d'un chef d'Etat.

Pour le président argentin, trois ethos sont les plus caractéristiques : l'ethos de sérieux, qui met en relief la frivolité du personnage dans sa façon de faire de la politique ; l'ethos de compétence, qui résulte du portrait d'un président qui manque d'inventivité, de connaissances et qui commet des maladresses ; et un ethos de chef autoritaire, qui fait un usage abusif de son pouvoir.

Dans le cas français, les analyses statistiques ont mis en évidence que les ethos du personnage présidentiel s'articulent de plusieurs manières, à travers des oppositions ou des entrecroisements. Les périodes de 1997 et de 2005 sont les plus proches en matière de traits caractéristiques, avec une primauté des ethos d'efficacité et de lucidité. Dans la période 1995 prédomine un ethos de chef, et dans la période de 2002, un ethos de vertu. Les résultats rendent compte d'une tendance similaire dans les titres et les images du CE par rapport aux traits les plus caractéristiques, ce qui met en exergue un regard assez homogène, ou en tout cas peu divergeant dans le traitement satirique que l'on fait du Président Chirac. Le journal

[337] M. Angenot. (1998). Hegemonía, disidencia y contradiscurso. Reflexiones sobre las periferias del Discurso Social en 1889 *in Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias.* Córdoba: Universidad Nacional de Cordoba.

[338] Nous sommes moins convaincue de considérer comme satirique l'hebdomadaire S/12 à l'heure actuelle, sous la présidence de Néstor Kirchner d'abord, et ensuite de sa femme, Cristina Fernández de Kirchner.

laisse pourtant libre cours à des avis plus particuliers, qui marquent certaines distances entre les journalistes et les dessinateurs. Ainsi, en 1995, les seconds insistent sur la reprise des essais nucléaires, et par ce fait, la représentation du personnage comme contradictoire, vindicatif, instable et irrationnel devient caractéristique. En 2002, les dessinateurs mettent l'accent sur le côté méprisant du personnage dans ses rapports avec son Premier Ministre Raffarin, ce qui fait émerger un ethos d'humanité. L'image de J. Chirac est composite (Constantin de Chanay, 2005) car elle se construit au moyen de plusieurs ethos. Néanmoins, il y en a un qui prédomine et devient une sorte de synthèse de cette image : l'ethos d'honnêteté, qui apparaît comme la cible d'attaques quand le contexte est moins défavorable pour le personnage. Nous avons vu cette procédure dans la campagne présidentielle en 2002 et lors de la prise de position du Président à propos de la guerre en Irak. Il est possible que ce soit en 2002 que le CE ait été le plus dur contre J. Chirac. Il n'hésite point à le qualifier explicitement d' « escroc », procédant ainsi à une disqualification totale de l'homme publique. Le CE exerce une morale de dénonciation, il prétend lever le voile sur les abus de la classe politique, il prétend conscientiser le citoyen. Il ne s'agit pas d'une morale qui guide. Le discours du CE est satirico-humoristique et non pamphlétaire. Le journal ne donne pas une conduite de vie à suivre, sauf dans des périodes de crise. Le deuxième tour de l'élection présidentielle de 2002 a été une situation de crise. Le CE a exhorté son lectorat à voter contre Le Pen, en dépit de la vision si négative qu'il portait sur J. Chirac. Il s'agissait de défendre les valeurs démocratiques et républicaines. Les membres du CE ont été clairs et directs.

Même si les traits de caractère associés à J. Chirac varient en fonction du contexte politique, certains d'entre eux, comme la malhonnêteté, persistent. Il existe donc une consistance du journal satirique par rapport à la charge mise en œuvre contre le président. L'Intégrité est une des cibles principales des attaques contre J. Chirac et C. Menem. C'est la dimension qui ne réunit aucun trait positif dans les personnages. Ils peuvent être présentés comme populaires, pourvus d'autorité, lucides, efficaces et loyaux, mais il est moins probable de les présenter comme honnêtes. Est-ce à cause du choix des personnages travaillés ? Ou est-ce plutôt lié à la nature de la dimension ? Cela est une ligne de recherche intéressante pour des recherches ultérieures : étudier si cette tendance se maintient en nous centrant sur d'autres personnalités politiques.

Nous avons fait référence à la participation cruciale autant des hommes politiques -et de leurs équipes de communication-, que des médias, dans la construction de l'image qui circule et s'installe dans l'opinion publique sur les dirigeants politiques. Mais ce duo serait incomplet sans prendre également en considération le public, qui met en mouvement de nouvelles conceptions sur ces personnalités qui vont susciter une rétro-alimentation de l'image circulant. Ces trois acteurs interviennent donc activement dans la construction de la réalité politique car, comme dit Jacques Gerstlé, « de l'affrontement des interprétations ou de leurs affinités émergent des représentations qui se cristallisent à propos des individus, des forces »[339] qui configurent la scène politique. En plus de ces représentations appartenant à chaque acteur –homme politique, média et public-, il existerait, à l'échelle macroscopique, une image consensuelle de l'individu politique, sur laquelle tous s'accorderaient sur l'essentiel. Cette image est le fruit d'une cristallisation de tous les regards (Errera, 2003 :

[339] J. Gerstlé, cité par C. Errera, 2003, p. 200.

200). Mais ceci ne veut pas dire qu'elle ne soit pas soumise à des flux permanents d'informations, d'interprétations qui la modifient ; elle fait partie du processus de sémiosis en constant mouvement auquel nous avons fait référence à des occasions répétées. Elle est nourrie par l'interaction des représentations des trois acteurs qui gravitent autour d'elle.

Bien que présentant des particularités et des nuances, les images construites sur J. Chirac par le CE, et de C. Menem par S/12, présentent plusieurs points en commun avec la représentation cristallisée sur eux qui circule dans l'opinion publique. Plusieurs traits de caractère et de goûts associés aux personnages se retrouvent dans cette image collective. Cela nous fait penser le processus de construction de l'image du CE et de S/12 d'après une approche intégratrice, qui incorpore d'autres regards élaborés par d'autres médias, d'autres journalistes, ainsi que des membres de la classe politique et des citoyens. Cette image des deux journaux satiriques est influencée, complétée, modifiée par celle qui circule ailleurs. Nous proposons de penser l'image résultante de ce processus de construction médiatique comme une stéréotypisation de l'image des deux personnages, un stéréotype de l'image présidentielle. Le stéréotype est une représentation simplifiée et schématique qui rend plus facile et accessible notre appréhension du monde.

Si le regard satirique est par essence déformant car il polarise sur le négatif, le stéréotype résultant est une simplification grossière, déformante et exagérée. Le lecteur en est bien prévenu, il choisit d'ailleurs ce regard, mais cela n'empêche que, à force de faire circuler une image simplifiée du personnage, on peut finir par considérer comme normales et même réelles certaines de ses facettes, au lieu de les concevoir comme faisant partie d'une représentation parmi d'autres possibles. Le façonnement d'un personnage implique un travail à long terme, cohérent et répétitif. Dans la satire, la répétition devient une arme de persuasion, car une idée nouvelle et surprenante n'étonnera plus après quelques jours. Une même idée qui revient numéro après numéro produit chez le lecteur une certaine « accoutumance ».

Un trait caractéristique d'un personnage émerge par deux voies possibles : soit par la récurrence d'une action qui est interprétée et classée dans le cadre de ce trait de caractère, soit par une sur-dimensionnalisation de cette action ayant eu lieu à des rares occasions. Deux exemples nous permettront de clarifier nos propos. Jacques Chirac est présenté comme déloyal envers ses promesses de campagne car il est accusé d'avoir promis plusieurs choses qu'il n'a pas tenues. La participation de Carlos Menem à un match de football avant le début de son premier mandat a été tellement médiatisée que l'image du personnage comme quelqu'un de frivole, qui fait un spectacle de l'exercice politique, n'a pas tardé à s'installer dans l'imaginaire collectif et ensuite se cristalliser.

La construction de l'image stéréotypée des hommes politiques par les médias est le résultat de l'articulation de différentes représentations qui circulent dans la société. Le processus croissant d'exagération, de simplification et schématisation de la politique mis en œuvre par la plupart de médias, permet aux journalistes et dessinateurs satiriques de se « débrouiller » dans un terrain connu et maîtrisé à la perfection.

RÉCAPITULATIF DE LA QUATRIÈME PARTIE

Cette quatrième et dernière partie de la thèse a été conçue pour approfondir, à partir de diverses études spécifiques, l'analyse des recours de l'humour et de la satire, d'une part, et du traitement fait sur la figure présidentielle, d'autre part. Nous reprendrons ici très brièvement quelques uns des résultats les plus significatifs.

Dans le chapitre consacré aux recours de l'humour et de la satire, nous avons appris, premièrement, que les titres ironiques et absurdes de S/12 servent à mettre en place une stratégie de subversion du style et du contenu du journalisme, en particulier du quotidien dont le supplément dépend, Página/12. Nous avons vu que les canulars de S/12 se trouvent à l'opposé de la proposition énonciative du CE. Deuxièmement, nous avons examiné en détail les différentes fonctions que le verbal et le visuel peuvent accomplir dans la caricature politique à partir de l'application d'un modèle triadique qui s'est avéré opérationnel, constitué des trois composants : le personnage, le fait d'actualité et la situation imaginaire. Les analyses effectuées ont mis en évidence de forts rapprochements dans la façon dont le verbal et le visuel interviennent dans le CE et S/12. Nous avons détecté que l'investissement que chaque langage fait dans la construction de la situation imaginaire est fondamental dans le jeu qui est instauré, le plus habituel étant centré sur les signes linguistiques. Troisièmement, la taxonomie que nous avons proposée des procédés linguistiques, icono-plastiques et mixtes opérant dans les corpus de référence et d'application a mis en exergue leur diversité et richesse sémiotique, rhétorique et stylistique. Toutes ces études ont souligné le rôle central joué par les figures rhétoriques dans le discours satirico-humoristique.

Dans le chapitre que nous avons nommé *Portait du Président*, nous avons pu confirmer une hypothèse avancée pour expliquer deux procédures adoptées par l'hebdomadaire français lorsqu'il doit rendre compte des déclarations et des actions du chef de l'Etat qui sont jugées favorablement par une bonne partie de l'opinion publique. Cette procédure alterne le fait de consacrer moins d'espace dans ses pages au traitement de l'action positive, avec le fait de l'associer à une action négative ou à un trait négatif du personnage.

Nous avons aussi fait un bilan de l'image satirique des présidents Chirac et Menem dans le CE et S/12, en incorporant de nouveaux éléments d'analyse. Une étude s'est focalisée sur la manière dont les traits de caractère du Président français varient selon le contexte temporel et politique. Elle nous a permis d'identifier une consistance du journal satirique - autant dans ses titres que dans ses images- par rapport à la charge mise en œuvre contre le personnage. Notre approche des deux figures présidentielles a été élargie à partir de la prise

en considération de la représentation plastique caricaturale faite sur J. Chirac et C. Menem et aussi à partir des portraits journalistiques et académiques écrits sur eux. Nous avons présenté l'image présidentielle des deux personnages comme un ethos de deuxième ordre et nous avons réfléchi autour des limites identifiées dans les deux journaux dans le traitement satirique qu'ils font des Présidents. Nous avons constaté un accord entre les limites évoquées par les membres du CE et de S/12 et celles que nous avons détectées à partir de nos analyses : elles sont avant tout liées au respect de la vie privée.

Les différentes études réalisées ont fait possible de caractériser le discours satirico-humoristique du CE et celui de S/12 qui portent sur Jacques Chirac et Carlos Menem respectivement, en saisissant de nombreuses similitudes entre les stratégies discursives adoptées et en identifiant des différences stylistiques entre les deux supports presse. Sur toutes ces questions nous reviendrons dans les conclusions générales de la thèse.

Conclusions et discussion

L'enjeu principal de cette thèse a été de caractériser les recours linguistiques et icono-plastiques du discours satirico-humoristique en nous centrant sur le processus de construction de l'image présidentielle dans la presse satirique contemporaine. Pour ce faire, nous avons pris comme objet d'étude le traitement que l'hebdomadaire français *Le Canard enchaîné* et le supplément argentin *Sátira/12* font de deux présidents récents : Jacques Chirac (1995-2007) et Carlos Menem (1989-1999) respectivement. Ce choix nous fournit un cadre biculturel qui vise à construire une approche transculturelle. Nous avons articulé un appareil théorico-méthodologique à caractère éclectique, servant à analyser des textes verbaux et mixtes. A l'instar d'Yves Jeanneret (2002), nous prenons *éclectisme* dans son acception littérale, en tant que « méthode intellectuelle consistant à emprunter à différents systèmes pour retenir ce qui paraît le plus vraisemblable et le plus positif dans chacun, et à fondre en un nouveau système cohérent les éléments ainsi empruntés » (*TLFi*). L'articulation des différentes étapes d'analyse (analyses de discours, analyses de contenu, analyses statistiques et analyses comparatives) nous a permis de mener une démarche visant à une systématisme et rigueur qui tente de surmonter des limites ou biais inhérents à l'application d'une seule méthode d'analyse. La démarche cherche la transparence dans l'explicitation des critères et décisions adoptés, nécessaires pour l'échange et la discussion.

Nous avons travaillé avec un corpus de référence composite, formé par 234 titres et 405 images du *Canard enchaîné* (CE), et un corpus d'application lui aussi composite, comprenant 36 titres et 65 images de *Sátira/12* (S/12). La grande richesse en nombre et en variétés des catégories d'analyse identifiées dans le CE a validé le choix de ce journal comme corpus de référence : seulement une catégorie supplémentaire du corpus d'application a été créée, celle liée aux références culturelles mixtes. Notons qu'il y a eu plusieurs catégories du système qui n'ont pas été relevés dans le corpus d'application. Cette articulation pluri-méthodologique appliquée à un volume relativement important de textes verbaux et mixtes nous a pourvue d'une vue d'ensemble peu habituelle dans le domaine du risible. D'autre part, l'utilisation des méthodes de l'Analyse multivariée est un apport innovateur pour l'étude des discours satirico-humoristiques. Ces techniques nous ont permis de travailler avec un volume considérable de données et des dimensions d'analyse de forme simultanée, ainsi que d'établir des associations entre différentes catégories de notre système.

Afin de construire le système catégoriel, nous avons fait un travail d'intégration de nombreuses perspectives et conceptualisations théoriques, issues du terrain de la sémiotique, la linguistique, la rhétorique, la communication des médias, la communication politique et la psychologie politique. Ce système a été structuré en trois groupes de dimensions : dimensions de caractérisation (période, type de titre ou d'image, auteur de l'image, emplacement), dimensions de contenu (personnages dont il est question, thématiques abordées, traits de personnalité associés au personnage présidentiel étudié, et rapports entre les personnages); et dimensions de forme (registre de langue, figures rhétoriques, références culturelles, représentation graphique du personnage présidentiel, décor représenté et position énonciative du personnage). A partir des apports théoriques dans le champ du risible, nous avons également proposé une taxonomie des procédés satirico-humoristiques.

La construction de ce système catégoriel a exigé un travail d'opérationnalisation des catégories de manière à expliciter les indicateurs à intégrer pour classifier ce type de matériel avec une grande densité sémiotique et une forte charge connotative. Si nous savons que la richesse discursive de ces formes du risible est inépuisable, cet effort a permis de saisir de nombreuses formes générales et invariantes.

Notre approche analytique des recours de la satire et de l'humour s'est focalisée sur trois macro-dimensions d'analyse : les figures rhétoriques, les références culturelles et la représentation graphique du personnage. Les deux premières étaient applicables autant aux titres qu'aux images. En considérant des critères éditoriaux pour ce qui est de titres, nous avons constaté une plus grande richesse des figures et références à la Une qu'aux pages internes, ce qui s'explique facilement par sa fonction d'attirer l'attention du lecteur, la Une étant la « vitrine » du journal. Des différents types de titres du corpus de référence, les oreilles se sont avérées être celles ayant la plus grande complexité et densité en recours et en contenu. Le travail en équipe donne ainsi ses fruits, la technique mise en œuvre pour l'élaboration des oreilles étant le *brainstorming*, le jour du bouclage, comme nous avons pu le constater dans notre observation de terrain. Si les titres du CE présentent une grande diversité des figures, trois figures de S/12 concentrent 59% des cas (l'allusion, l'ironie et l'ellipse) dont la combinaison confère aux titres une stratégie énonciative particulière sur laquelle nous reviendrons plus bas.

Dans le cas des caricatures des deux corpus d'analyse, nous avons démontré qu'alors que le verbal et le visuel jouent un rôle très important dans les composantes basiques du modèle triadique -identification du personnage, présentation du fait d'actualité et construction de la situation imaginaire-, le jeu satirique et humoristique instauré par le journal et proposé au lecteur est principalement linguistique. Ceci est mis en évidence par un plus grand nombre des figures et références linguistiques qu'icono-plastiques. Ces résultats vont dans le sens d'une de nos hypothèses de travail, de nature barthésienne, qui consistait à affirmer que **même si le verbal et le visuel interagissent dans le processus de production de sens dans les caricatures politiques, le linguistique prédomine sur l'icono-plastique dans la génération des procédés satiriques et humoristiques.** Les raisons que nous avions avancées pour expliquer ce phénomène nous semblent rester tout à fait appropriées : le lien étroit que la caricature politique maintient avec l'actualité l'oblige à présenter un minimum d'information nécessaire, plus facile à transmettre à partir du verbal, étant donné les caractéristiques intrinsèques aux langages verbal et visuel (structure linguistique linéale, co-présence spatiale

d'unités icono-plastiques). Ceci est en rapport avec un plus grand degré de familiarité et d'alphabétisation dans la lecture des messages complexes linguistiques qu'icono-plastiques.

L'étude de la représentation graphique des présidents a mis en évidence de nombreuses similitudes entre le CE et S/12, où ce qui prime est le fait de dessiner J. Chirac et C. Menem dans leur fonction publique et donc, dans des contextes et avec des comportements prévisibles. Ce résultat indique que la critique et l'humour ne résident pas de manière distinctive dans la représentation que l'on fait des personnages mais notamment dans le jeu linguistique établi. Quelles techniques prédominent dans l'instauration de ce jeu ? Les figures rhétoriques les plus récurrentes sont presque les mêmes dans les deux corpus : l'allusion, l'ironie, le sarcasme et la métaphore créative, avec la particularité de la métaphore fixe dans le CE et de la répétition dans S/12. La représentation des personnages dans des situations fictives est en échange une variante, liée au style d'un dessinateur comme Cabu, par exemple, et sert de facteur de « rupture du déterminisme », d'incongruité, de surprise.

La comparaison des deux corpus composites, c'est-à-dire, des titres et des images du CE et de S/12 a aussi souligné que les dimensions de forme tendent à rester stables, indépendamment du contexte, alors que les dimensions de contenu varient selon les périodes analysées.

Tous ces résultats, obtenus à partir des différentes analyses déployées en détail dans le les deux dernières parties de la thèse et leurs annexes, serviraient –un peu à la manière dont procède la grammaire émergeante- à confirmer notre hypothèse principale de travail selon laquelle nous affirmons qu'**au-delà des facteurs culturels qui interviennent et ponctuent le discours satirico-humoristique des deux journaux sélectionnés, il est possible d'arriver à une « grammaire » commune de procédés satiriques et humoristiques.** Cette grammaire commune, constituée des codes linguistiques et icono-plastiques, échapperait aux particularités de tel ou tel média, et placerait notre recherche dans la voie d'un humour qui dépasse les frontières d'un pays, nous projetant vers la conceptualisation d'un humour transculturel.

C'est une tension entre le général et le particulier dont il est ici question, entre **le système et donc l'invariant, et le style, le variant**. Cette forme de penser le discours satirico-humoristique irait à l'encontre d'une conception qui n'y verrait qu'un terrain de surprises, de liberté, de transgression des normes, d'émotions, d'énigme et d'imprécision. Ce que nous proposons est de le considérer, rejoignant ainsi Jean-Marc Defays, en tension entre « la pure répétition (inutile) et la pure créativité (impensable) » (1996 : 52). L'enjeu pour l'auteur comique –dans un sens large- est de créer un système cohérent qui réduise l'effort d'interprétation et échappe au besoin de la réinvention permanente, tout en évitant de produire un effet de fatigue et prévisibilité. Il s'agit pour lui de proposer un texte varié et en même temps peu hétérogène, avec un style caractéristique.

Nos réflexions vont complètement dans le sens des propositions d'Omar Calabrese (1994), qui aborde la notion de système en clef esthétique et parle d'une dialectique entre identité et différence. Cet auteur postule que l'analyse de la relation entre l'invariant et le variant est fondamentale pour comprendre le fonctionnement dynamique du système. C'est de cette dynamique qu'émerge le style, en tant que combinaisons de variantes. Pour le cas qui nous occupe, le style d'un journal viendra des recours utilisés, de la façon de les lier –en ce qui concerne la forme-, mais aussi des thématiques traitées et de sa vision du monde –plus

liées au contenu. Le style peut être considéré comme le variant d'un système, mais pour acquérir le statut de style, il faut une certaine régularité de ses spécificités, une sorte d'invariant à l'échelle micro. Cela fonctionne comme une sorte de mise en abîme des invariants à degrés différents. Dans le cas des journaux satiriques, il existe un style d'auteur qui se place à l'intérieur d'un style du journal. Pour une partie considérable des titres, l'auteur émerge de l'ensemble des membres du journal, ou en tout cas, tous ceux qui participent du travail en *brainstorming* –il y aura aussi des titres écrits par l'auteur de l'article mais ce n'est pas facile à savoir lesquels. Pour les caricatures, l'auteur est le dessinateur –dans le cas de S/12, avec un scénariste-, qui a un style bien reconnaissable. Son style doit toutefois s'accorder avec une certaine « ligne éditoriale », qui, bien que non pas formulée explicitement, exerce une contrainte, produit une sorte de moule. Pensons par exemple, au cas de Cabu, qui dessine à la fois pour le CE et *Charlie Hebdo*, un hebdomadaire satirique français crée en 1970. Ce dernier présente de nombreuses différences de conception et de style par rapport au CE : « *Charlie Hebdo* est un journal qui a été lancé par des dessinateurs, tandis que le CE est un vrai journal de journalistes », affirme le dessinateur Cabu lorsqu'il se réfère à leurs conditions de production. « A *Charlie Hebdo* il y a plus d'humour, si vous voulez, il y a des commentaires, il n'y a pas de scoop, il n'y a pas d'information. Mon journal idéal ce serait l'information du *Canard* et l'humour de *Charlie Hebdo* ». L'humour de *Charlie Hebdo* signifie pour lui la liberté d'être « plus méchant », comme il aime dire, mais il ajoute que contre Le Pen, cela lui a valu trois procès « pour diffamation et injure ». « Au *Canard* je n'ai jamais eu de procès », assure-t-il.

Nous reconnaissons alors une tension entre **le journal comme institution et l'auteur**. Des prises de décisions éditoriales opèrent fortement sur les titres et les images que nous avons analysés : des questions idéologiques, journalistiques, financières… Cela se réfère à ce qu'Emmanuël Souchier (2007) nomme « énonciation éditoriale », un terrain riche en intérêt et importance, que nous n'excluons pas d'aborder dans une étape ultérieure.

Les journaux satiriques, et leurs auteurs, doivent trouver un équilibre entre une série de **tensions** qu'ils doivent affronter, dont nous avons évoqué deux qui sont interliés. C'est en partie par la manière de faire face à ces tensions que le style du journal et de l'auteur émerge.

Après l'étude et la réflexion autour des formes du risible, nous avons choisi de caractériser le discours du CE et de S/12 comme un genre satirico-humoristique, perméable et ouvert à diverses formes du risible, dont la parodie, le mot d'esprit et le comique de l'absurde. Ce genre satirico-humoristique est au croisement d'une tension entre « **engagement et désengagement** », en reprenant une formule de Franck Evrard (1996). D'une part, on trouve une posture contestataire, politisée, un refus d'être complice des abus, des travers de l'homme politique : voici le côté satirique. D'autre part, il y a une nécessaire prise de distance affective pour pouvoir rire de ce qui nous indigne, ce qui nous fait du mal ou nous met en colère : voici le côté humoristique. La satire est déposée dans un tiers, l'humour a plus des composantes autoréférentielles. Le CE est un discours satirico-humoristique. Pour lui, le moral et l'information passent devant le risible, le rire, la catharsis. Cabu l'a affirmé plus haut. Nous l'avons aussi entendu des membres du journal, quand ils insistaient sur l'importance de rester sur des faits avérés. C'est, comme Jacques Lamalle l'a exprimé -responsable de manière conjointe avec le directeur et les rédacteurs en chef, du choix de dessins pendant une trentaine d'années-, la première raison pour que le corps éditorial rejette une caricature : « un dessin

mal traité, hors sujet, on l'élimine ». Le CE s'auto-attribue et se voit attribuer un statut de vérité, qui vient du journalisme d'investigation qu'il pratique. La crédibilité dont il profite devient ainsi une restriction. C'est à la fois ce qui conditionne et donne de la force à son discours.

S/12 privilégie, quant à lui, la catharsis au moral. Rudy refuse d'identifier le fait d'alerter comme une fonction accomplie par le supplément : « C'est plutôt une sorte de *rendre compte de* ». Et il change le ton pour illustrer ce qu'il veut signaler, passant d'un ton grave à un ton plus innocent et moins engagé. Alerter a pour lui « une composante de punition » : « attention, il y a ceci qui se passe », différent à dire : « oh, il y a ceci qui se passe ». A l'époque ménémiste il y avait sans doute un engagement plus fort qu'à l'heure actuelle de la part du journal. Ne pas se positionner comme le garant de la vérité, tâche qui est réservée au quotidien dont il dépend, lui a permis de prendre davantage de distance de la réalité. C'est dans ce contexte que l'on peut comprendre le recours au canular, jeu parodique, polyphonique, métalangagier et autoréférentiel, qui situe S/12 au cœur d'une tendance esthétique néobaroque, caractérisée par la transposition de genres (Steimberg, 2001, 2004). Le CE, au contraire, est un cas d'anachronisme : il reste fidèle à son intention primaire de publier d'information certaine, il est combatif et engagé.

Si, en dépit de certaines divergences dans leurs intentions communicationnelles, le CE et S/12 partagent une grammaire commune, ce qui est variable donne origine à leur style, qui trouve des points d'opposition. Le premier se positionne plutôt dans le registre du vrai, le deuxième est plus dans le registre du vraisemblable. Le canular est impensable dans l'hebdomadaire français alors que c'est l'un des piliers du supplément argentin, forme parodique qui renvoie au format journalistique de *Página/12*. Le canular et l'absurde que nous avons identifiés dans S/12 supposent une rupture avec la réalité. On n'est pas face à un discours satirico-humoristique mais à un humour satirique. Sa vision du monde est moins justicière mais l'esprit de critique, de révolte, de « mettre en doute », comme dit Rudy, reste présent.

Une nouvelle tension se détache de ces idées, et c'est l'ambivalence, notamment dans le CE, entre **un format satirique**, qui par essence déforme, altère et reconstruit la réalité, et la pratique du **journalisme d'investigation**, avec l'engagement que cela implique. Comment réussir à rester crédible tout en caricaturant, en tournant en dérision la cible ? Il est clair que le CE est à la hauteur du défi, apprécié autant par son regard satirique et humoristique que par ses scoops.

En tant que discours satirique, le CE critique et dénonce les abus de pouvoir dans une **intention utopique de corriger**, mais au fond, le journal **reste sceptique, pessimiste**. Il est conscient, pour reprendre les paroles de Pétillon, de ses limites. Les auteurs satiriques ne croient plus, comme dit Cabu, aux grands rôles. Certains critiquent (par exemple Ysmal, 1971), que le CE ne conduit pas à l'action. Nous avons vu que le journal ne suggère pas de manière explicite un modèle de conduite à suivre sauf dans des cas très particuliers comme le deuxième tour des élections de 2002. Mais est-ce à lui de le faire ? Ce faisant, ne perdrait-il pas un nombre important de son lectorat ? Adopter une telle posture lui pencherait plus sur le terrain du pamphlet. Il nous semble que c'est justement dans la tension entre la satire et l'humour, l'engagement et le désengagement, que réside un de ses attraits principaux.

Dans une de nos hypothèses de recherche, nous postulions une tension entre **la gravité de l'accusation** faite contre un homme politique –dans le cadre de cette thèse, la figure présidentielle-, et **le degré d'explicitation** de cette dénonciation : **plus l'attaque est virulente, plus l'accusation est grave, plus indirecte sera la forme adoptée.** Nous fondions cette supposition sur la base d'une tradition historique de la satire, de réagir ainsi contre la censure. Néanmoins, ce que nous avons identifié est justement le contraire. Il nous semble que l'une des accusations les plus sérieuses contre un dirigeant politique est le fait de le présenter comme corrompu. Lorsque les titres du CE s'attaquent à J. Chirac en faisant référence aux « affaires », le style choisi tend à être direct et nullement figuré. Quand on opte pour des figures rhétoriques, celles-ci sont au service d'une accentuation et non pas d'une dissimulation. Si le CE se permet d'agir de cette manière, c'est parce qu'il s'appuie sur des preuves que les journalistes jugent avérées et fondées. Nous revenons ainsi au poids que le journalisme d'investigation lui confère. C'est un élément crucial dans sa stratégie discursive.

Sous des régimes démocratiques tolérants, cette tension que nous avions proposée disparaît et peut même s'inverser. La satire politique est très liée au contexte et les procédés utilisés dépendront probablement de la mesure dans laquelle le régime est tolérant. Il est bien connu que la satire existe sous des régimes totalitaires. Pensons, par exemple, au *Krokrodil* soviétique, à *La Codorniz* de l'époque de Franco, ou la revue *Humor* de la dernière dictature argentine. Est-ce un paradoxe ? D'après Paul Sabourin, ce paradoxe n'est qu'apparent car la presse satirique sert à épurer les maux dont souffre le régime en même temps qu'elle donne l'impression qu'il existe la liberté d'en parler. « Il permet ainsi à chacun de se sentir contestataire en retrouvant dans les colonnes du journal ses malheurs racontés ; il est un organe de défoulement »[340]. Notre travail repose sur l'étude des deux productions satiriques sous des régimes assez ouverts[341]. La liberté dont elles profitent leur permet de définir, redéfinir et même pousser les limites de ce dont on peut tourner en dérision. Ce faisant, elles ouvrent la voie à d'autres médias, qui ne resteront sans doute pas étrangers à leurs formes et contenus.

De la tension entre l'explicite et l'implicite, nous passons à celle qui se produit entre **un savoir cultivé et un savoir populaire,** identifiable autant dans le registre de la langue des titres que dans les références culturelles des titres et images. Une des caractéristiques essentielles de la satire depuis l'Antiquité a été de se servir d'un registre populaire lui permettant de rabaisser sa cible, de s'écarter de la norme pour produire de la surprise et ainsi le rire, et d'obtenir la complicité du récepteur. Même si les titres du CE sont remplis d'expressions familières, le registre qui y prédomine –comme dans S/12- est le courant et non pas le familier ou le populaire. A quoi obéit ceci ? Nous pensons à deux raisons possibles : la première fait référence -notamment pour le cas argentin- au lien inextricable qui les unit aux formes de la presse traditionnelle, qu'ils récupèrent d'une manière plus ou moins directe. Il y a une composante autoréférentielle et métalangagière, qui pourrait traverser, d'ailleurs, tous les supports médiatiques, le cas le plus évident étant la télévision. La deuxième raison a un rapport avec le haut niveau éducatif du lectorat. L'auteur doit proposer un jeu au lecteur qui soit à la hauteur de ses connaissances. Ceci est d'autant plus évident dans les références

[340] P. Sabourin. (1983). *L'humour dans la politique*. Paris : Economica, p. 44.
[341] Nous ne rejetons pas l'existence de possibles attaques à la presse mais celle-ci profite toute de même d'un terrain important d'action.

culturelles linguistiques des images du CE, où, contrairement au cas de S/12, les références cultivées ou spécialisées dépassent les populaires. Une différence apparaît dans les deux journaux, sans doute liée à la culture de chaque pays : les références artistiques sont récurrentes dans l'hebdomadaire français alors qu'aucune n'a été détectée dans le supplément argentin.

Si nos analyses ont étudié comment s'entretient l'image présidentielle, nous avons aussi voulu considérer quels traits prédominent dans les personnages Chirac et Menem créés par le CE et S/12, et chercher des points de convergence entre le niveau de la forme et le niveau du contenu.

Notre problématique impliquait une tension entre **le respect qu'impose la figure présidentielle, en tant que représentante d'une majorité citoyenne, et la désacralisation inhérente à l'exercice satirique**. Nous avons appris que pour les deux journaux, les limites de la critique sont liées au respect de la vie privée dont on ne dévoile que certains goûts qui servent aux auteurs satiriques à façonner une image caricaturale des personnages, mais qui n'affectent en rien l'essentiel. En dépit d'une image critique des présidents, les journaux maintiennent un certain respect envers l'investiture présidentielle, n'attribuant pas de place au grotesque ni au scatologique ou au sexe associés aux personnages dans leurs pages[342].

Compte tenu du phénomène de personnalisation et vedettisation croissant de la politique, favorisé par les médias, où la personnalité de l'homme politique compte de plus en plus dans le comportement électoral, nous avons concentré notre étude sur les présidents dans leurs traits de caractère dominants. En accord avec une de nos hypothèses de travail, les traits négatifs ont été plus fréquents que les positifs, résultat contondant en considérant les chiffres obtenus : 84% des traits détectés dans les titres du CE et 80% dans les caricatures et *strips* politiques sont négatifs. Dans le cas de S/12, les traits négatifs s'élèvent à 89% pour les titres et 87% pour les images. Dans quels aspects de la figure présidentielle repose la critique des journalistes et dessinateurs satiriques ? Des quatre dimensions proposées pour l'analyse, l'intégrité est celle qui ne réunit presque pas de traits positifs dans les deux corpus composites. Elle est sans conteste la cible principale d'attaques contre J. Chirac. Nous avons vu que c'est l'image de synthèse qui prédomine lorsqu'il s'agit de compenser le positif, comme nous verrons plus bas. Le personnage Chirac est aussi présenté comme inefficace ; impopulaire ; instable, mégalomane et irrationnel ; et comme quelqu'un qui monte un spectacle de la politique. Il s'agit des aspects nucléaires dans l'image d'un dirigeant politique. Dans le cas de la spectacularisation et vedettisation de la politique, ce trait est sans doute lié à une posture de contestation du journal envers une tendance générale, au-delà du personnage Chirac. Il est particulièrement présent dans l'image construite de C. Menem, ce qui s'explique par le fait que, comme l'assure Luis Quevedo, au début de son premier mandat « Menem inaugura un contact politique et culturel à travers les médias qui était inédit » (1999 : 215). Son exposition médiatique, sa participation dans des spectacles sportifs lui ont valu le caractère de frivole et de manque de sérieux, saisi et exploité par S/12. De l'image présentée par le supplément argentin se détache un côté ambitieux et autoritaire associé au personnage.

[342] A l'exception, dans le cas d'images sexuelles, du *strip* du Beauf de Cabu. Mais le sexe n'est jamais associé au personnage Chirac. A partir d'une analyse exploratoire des deux journaux, nous avons observé que le traitement grotesque signalé ne s'applique pas à la classe politique en général.

Les traits négatifs prépondérants qui émergent de l'analyse des titres et images des deux présidents correspondent à un ethos composite, à comprendre dans leur variante négative. Appliqué à C. Menem, nous avons identifié un ethos de sérieux, un ethos de compétence et un ethos d'un chef autoritaire. Pour le cas de J. Chirac, un ethos de compétence, un ethos de chef, un ethos de vertu et un ethos d'humanité. Il faut dire que même s'il y a une continuité dans la charge de certains traits, il y en a d'autres qui saillissent dans une période déterminée. Les analyses réalisées nous ont permis, pour le corpus de référence, de constater une cohérence importante dans l'image du personnage Chirac tirée des titres et des images du CE, en partie obtenue par la sélection que le directeur, les rédacteurs en chef et le secrétaire général font des dessins publiés. Une cohérence qui admet pourtant des nuances.

La représentation des personnes publiques oscille entre une **certaine récurrence dans le traitement satirique** et **les variants qui viennent de la main des auteurs**, plus identifiables chez les dessinateurs, qui vont privilégier certains sujets, certains traits, certains procédés et certaines manières de dessiner le personnage. Nous avons vu que l'exagération des parties du corps et du visage du personnage Chirac ou Menem pouvant être en essence similaires entre les différents auteurs, la représentation de chaque dessinateur reste néanmoins unique. Le style vient de la manière de se servir des variables mentionnées (sujet, traits, procédés, représentation caricaturale), du poids qui leur est attribué, et de la façon de les combiner. Plus le style d'un auteur est caractéristique, plus il est visible.

Nous avons préconisé une tension entre le positif et le négatif dans l'image présidentielle qui se produirait lorsqu'un journal satirique doit rendre compte d'une action jugée majoritairement positive par l'opinion publique à propos du personnage. Comment rester, dans ce cas, fidèle à l'esprit critique et contestataire ? Une de nos hypothèses présentait deux voies possibles : **le journal satirique choisira de lui consacrer moins d'espace dans ses pages ou bien d'altérer l'action positive, l'associant à une action négative ou à un trait négatif du personnage.** Pour travailler cette idée, nous avons considéré la manière dont le CE procédait à des moments forts dans la présidence de J. Chirac : le 53ème anniversaire de la rafle du Vel'd'Hiv', l'action du Président en Afrique, son intervention dans la guerre aux Balkans, le deuxième tour des élections présidentielles de 2002, la posture de J. Chirac face à la guerre en Irak, et, d'une façon plus générale, les sondages d'opinion favorables au Président. L'analyse des titres et images nous a permis de corroborer cette hypothèse.

Une dernière hypothèse qui supposait une articulation entre le niveau de la forme et le niveau du contenu prétendait **établir une certaine corrélation entre la construction d'un trait de caractère spécifique du personnage et l'utilisation d'un même groupe de procédés satirico-humoristiques.** L'application des analyses statistiques a indiqué une faible association entre certaines figures et certains traits, de sorte que nous ne sommes pas en mesure de maintenir cette affirmation de manière tranchée. Nous avons identifié quelques cas particuliers décrits d'un point de vue qualitatif. Une association plus nette a été identifiée dans le recours aux registres populaire et vulgaire dans quelques phrases attribuées au personnage Chirac. Ce faisant, le journal non seulement désacralise la posture présidentielle, mais met aussi en évidence ce qui serait une imposture, entre l'image soignée que le chef de l'Etat cherche à transmettre à la société, et celle d'une personne qui au fond, aime communiquer comme un « Français moyen ». A cet égard, Erik Emptaz a rappelé : « on montrait le type qui était extrêmement rigide et coincé, solennel dans son expression télévisuelle et qui dans

l'intimité était quelqu'un de plutôt jovial, chaleureux, parlant mal, parlant assez grossièrement. Je pense que le CE a assez bien montré le vrai langage de Chirac ».

Quelle dose y a-t-il de « réel » et quelle dose y a-t-il d'invention caricaturale dans les deux personnages choisis ? On sait bien que pour que la satire et l'humour fonctionnent, il doit y avoir une ressemblance certaine avec les référents (les dirigeants politiques) et le lecteur doit pouvoir reconnaître aussi le fait de l'actualité traité. Plusieurs traits dans l'image des présidents Chirac et Menem que nous avons identifiés dans le CE et S/12 font partie d'une sorte d'image cristallisée qui circule dans l'opinion publique. L'image d'un homme politique n'est évidemment pas unique, chacun se forge la sienne, mais il y a certains traits qui s'imposent et font partie d'un imaginaire collectif. Dans le façonnement de cette image composite qui émerge d'un média interviendront celles d'autres médias, celle issue de la stratégie de communication d'un homme politique et celle de l'opinion publique. Il s'agit d'un processus complexe et dynamique, qui, même s'il peut avoir une certaine inertie, répond à une réalité en mouvement. Pensons par exemple à la cote de popularité de J. Chirac, qui était de 48% quand l'homme politique a fini son mandat et s'élève à 74% en avril 2010[343]. Celle de son homologue contemporain Menem, en échange, reste très négative depuis la fin de son mandat. En 2004, il a été choisi comme le dirigeant argentin avec la cote de popularité la plus faible, d'après un sondage de Analogías[344].

Nous avons proposé de concevoir l'image qui est le résultat du processus de construction médiatique des deux personnages comme un stéréotype de leur image présidentielle. Le stéréotype est une représentation simplifiée, généralisée et schématique qui sera encore plus exagérée dans le cas de la presse satirique, qui par essence déforme et déconstruit la réalité, proposant ensuite une nouvelle reconstruction. Le lecteur en est conscient, même si la vision qu'il se fait du monde incorpore probablement certains traits de manière inconsciente. Le lecteur des textes verbaux ou mixtes comme ceux analysés dans notre thèse doit faire preuve d'une « hyper-compétence » (Kerbrat-Orecchioni, 1986). Il articule une connaissance du contexte politique en question, des expressions familières et/ou figées, et un bagage culturel vaste lui permettant de reconnaître des références extérieures à l'univers du sujet traité comme des références artistiques, sportives, historiques, géographiques, etc. Il doit être capable de passer au sens figuré quand une expression l'exige et de lire des messages qui fonctionnent à un deuxième ou troisième degré. Le lecteur devient un bricoleur qui doit actualiser et rendre son savoir opérationnel, dévoiler le jeu des citations et l'implicite dans chaque acte de lecture (Steimberg, 2003). Ce travail implique un effort supplémentaire, qui trouvera pourtant une récompense intellectuelle, par la découverte des sens cachés, et une récompense émotionnelle, avec différents degrés d'expression, dont le plus évident est le rire. Plus le lecteur est informé et érudit, plus le jeu qui lui est offert est complexe : son sentiment de réussite sera satisfait.

Les procédés mis en jeu par le CE et S/12 leur permettent de prendre une posture masquée et estompée des faits d'actualité. Les figures ne sont pas de purs recours de style ;

[343] Ces chiffres correspondent, pour le premier cas, au baromètre CSA / La Vie / France Info réalisé en juin 2007 et pour le deuxième, à un sondage Ifop publié le 13 avril 2010 dans *Paris Match*.
[344] Sondage publié dans : Carlos Menem con la popularidad maltrecha, *La República,* 22/12/2004. Selon un autre sondage de Analogías réalisé en mars 2007, si des élections présidentielles avaient lieu en 2007, C. Menem n'obtiendrait que le 3% des voix.

elles deviennent des instruments d'argumentation, qui peuvent influencer l'opinion de ses lecteurs et produire son adhésion, appelant au *logos* et surtout au *pathos*. Cependant, leur stratégie persuasive est cachée derrière un esprit humoristique, cathartique, qui joue entre la limite du sérieux et du non-sérieux. « Je ne sais pas si par le fait de faire des blagues nous sommes moins sérieux », réfléchit Rudy. Il est certain que l'attribut de « non sérieux » dont profite l'humour, confère aux journaux satiriques un repaire, un endroit d'où construire, avec un esprit non-conformiste, un regard particulier sur le monde.

Perspectives de recherche

Plusieurs axes de recherches futures s'ouvrent à la fin de notre parcours qui serviraient à approfondir la caractérisation du discours satirico-humoristique dans la presse. Une suite logique est l'élargissement du corpus d'application et l'utilisation de notre appareil théorico-méthodologique dans des corpus de différents pays afin de tester notre hypothèse sur l'humour transculturel. Nous pourrions également élargir l'analyse de l'image présidentielle dans la satire politique à partir d'une approche comparative prenant comme objets d'étude certains présidents de gauche de l'Amérique latine et certains présidents de droite de l'Europe occidentale. A partir de ce choix, nous pourrions étudier les effets de sens des textes dans un contexte de situation, faisant des analyses plus politiques sur l'apport de ces matériels à l'horizon politique et culturel.

Un autre axe qui nous semble peu exploré consisterait à intégrer la conception des dessinateurs satiriques et humoristiques à partir des récits autobiographiques issus des entretiens semi-directifs. Il s'agit d'approfondir l'étude de leurs réflexions autour du genre de la caricature politique, des recours rhétoriques qu'ils utilisent, et des processus cognitifs qu'ils mettent en jeu dans la production. Cette recherche permettrait d'apporter à l'étude des motivations et des connaissances de l'auteur ainsi qu'à l'image que celui-ci se fait des lecteurs, de manière à enquêter sur la façon dont ces conceptions affectent leurs productions.

La perspective de la réception nous semble aussi un domaine intéressant qui nous permettrait d'analyser, d'un point de vue cognitif, les processus d'interprétation des textes satirico-humoristiques verbaux ou mixtes où coexistent un sens littéral et un sens sous-jacent. A partir des entretiens semi-directifs où l'on présente des exemples des titres et images, nous pourrions chercher à identifier des différences selon l'âge, le sexe et le niveau d'éducation des personnes interviewées.

Un projet vaste serait d'explorer et identifier des traits caractéristiques de la France et l'Argentine dans l'humour des deux pays à partir de la prise en considération non seulement des produits de la presse mais d'autres types de manifestations médiatiques et culturelles, faisant attention en plus du domaine politique, au comique de situation et à la satire des mœurs.

Ces nombreuses perspectives visent à approfondir des thématiques peu explorées et pourtant d'actualité dans le champ des médias, de la politique et de la culture, à partir d'un regard intégrateur, qui articule des apports disciplinaires divers.

Bibliographie

COMMUNICATION ET MÉDIAS, DISCOURS, FIGURES RHÉTORIQUES, IMAGE, LANGAGE

Articles de revue et livres

ADAM (Jean-Michel). *Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes.* Paris : Nathan, 2004, 208p.

ADAM (Jean-Michel). *La linguistique textuelle. Introduction à l'analyse textuelle des discours.* Paris : Armand Collin, 2005, 234p.

ALONSO ERAUSQUIN (Manuel). *Fotoperiodismo: formas y códigos*. Madrid: Síntesis, 1995, 224p.

AMOSSY (Ruth) et **HERSCHBERG PIERROT (**Anne). *Stéréotypes et clichés*. Paris : Armand Collin, 2009, 127p.

ANGENOT (Marc). *La parole pamphlétaire. Typologie des discours modernes.* Paris : Payot, 1982, 425p.

ANGENOT (Marc). *Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias.* Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba, 1998, 219p.

BACRY (Patrick). *Les figures de style et autres procédés stylistiques.* Paris : Belin, 1992, 335p.

BAKHTINE (Mikhaïl). *Esthétique de la création verbale*. Paris : Gallimard, 1984, 400p.

BARTHES (Roland). Rhétorique de l'image. *Communications, 4(1)*. 1964a, pp. 40-51.

BARTHES (Roland). Eléments de sémiologie. *Communications, 4(4)*. 1964a, pp. 91-135.

BARTHES, Roland. « Théorie du texte » *in Encyclopaedia Universalis, 22*, 1973, pp. 462-465.

BEGUIN-VERBRUGGE (Annette). *Images en texte, images du texte. Dispositifs graphiques et communication écrite.* Villeneuve d'Ascq : Presses Universitaires de Septentrion, 2006, 313p.

BENVENISTE (Emile). Problèmes de linguistique générale. Paris : Gallimard, tome II, 1974, 288 p.

BETH (Axelle) et **MARPEAU** (Elsa). *Figures de style*. Paris : Librio Mémo, 2005, 95p.

BONHOMME (Marc). *Les figures clés du discours*. Paris : Éditions du Seuil, 1998, 95p.

BOUTAUD (Jean-Jacques). *Sémiotique et communication. Du signe au sens.* Paris : L'Harmattan, 1998, 318p.

BROWN (Penelope) et **LEVINSON** (Stephen). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987, 352p.

COCULA (Bernard) et **PEYROUTET** (Claude). *Sémantique de l'image. Pour une approche méthodique des messages visuels.* Paris : Delagrave, 1986, 231p.

COUTON (Patrick). L'ironie à l'œuvre dans les billets d'humeurs. *Langage et société, 74*, 1995, pp. 5-45.

CRUSE (D. A.). « Language, meaning and Sense : Semantics » *in* N. Colling (ed.). *An Encyclopaedia of Language.* Londres: Routledge, 1990, pp. 139-172.

CHARAUDEAU (Patrick). *Langage et discours, éléments de sémiolinguistique*. Paris : Hachette, 1983, 176p.

CHARAUDEAU (Patrick). *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*. Bruxelles : De Boeck, 2005a, 250p.

CHISS (Jean-Louis), **FILLIOLET** (Jacques) et **MAINGUENEAU** (Dominique). *Introduction à la linguistique française. Syntaxe, communication, poétique*. Paris : Hachette, tome 2, 2001, 159p.

DALMASSO (María Teresa). *¿Qué imagen, de qué mundo ? El hombre y las lecturas de la imagen : ícono, símbolo, índice, cosa o mero simulacro*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba, 1996, 85p.

DONDIS (Donis). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual.* Barcelona: Gustavo Pili, 1992.

DUCROT (Oswald). *Le dire et le dit. Paris* : Les Editions de Minuit, 1984, 239p.

DUCROT (Oswald). *Dire et ne pas dire*. Paris : Hermann, 1991, 326p.

DURAND (Jacques). Rhétorique et image publicitaire. *Communications, 15*, 1970, pp. 70-95.

ECO (Umberto). *Lector in Fabula ou la Coopération interprétative dans les textes narratifs*. Paris : éditions Grasset et Fasquelle, 1985, 315p.

ECO (Umberto). *Apocalípticos e integrados*. Buenos Aires: Tusquets editores, 2008, 362p.

ESCUDERO CHAUVEL (Lucrecia). *Malvinas : el gran relato. Fuentes y rumores en la información de guerra.* Barcelona: Gedisa, 1996, 235p.

FIALA (Pierre) et **HALSERT** (Benoît). La langue de bois en éclat : les défigements dans les titres de la presse quotidienne française. *Mots. Les langages du politique, 21*, 1989, pp. 83-98.

FONTANIER (Pierre). *Les figures du discours.* Paris : Flammarion, 1977 (1821-1827), 505p.

FORD (Aníbal), **RIVERA** (Jorge) et **ROMANO** (Eduardo). *Medios de comunicación y cultura popular*. Buenos Aires: Legasa, 1985, 218p.

FORESTAL, Chantal. (coord). Vers une approche transculturelle en didactique des langues-cultures. *Revue de didactologie des langues-cultures et de lexiculturologie, 152(4)*, 2008.

FRESNAULT-DERUELLE (Pierre). *L'image placardée*. Paris : Nathan, 1997, 186p.

FROMILHAGUE (Cathérine). *Les figures de style*. Paris : Nathan, 1995, 128p.

GENETTE (Gérard). *Palimpsestes. La littérature au second degré*. Paris : Senil, 1982, 576p.

GERVEREAU (Laurent). *Voir, comprendre, analyser les images*. Paris : La Découverte, 2004, 198p.

GROUPE µ. *Rhétorique générale.* Paris : Larousse, 1982, 233p.

GROUPE µ. *Traité du signe visuel. Pour une rhétorique de l'image.* Paris: Éditions du Senil, 1992, 504p.

HAMON (Philippe). *L'ironie littéraire. Essai sur les formes de l'écriture oblique*. Paris : Hachette, 1996, 159p.

HARRIS (Roy). *La sémiologie de l'écriture.* Paris : CNRS éditions, 1994, 377p.

HOPPER (Paul). Emergent grammar *in* M. Tomasello (ed.). *The new psychology of language. Cognitive and functional approaches to language structure*. New Jersey: Lawrence Earlbaum Associates, 1998, pp. 155-175.

HOUDEBINE (Anne-Marie). De la viande, aliment ou chair : analyse sémiologique de différents signes de la culture. *Revue des Lettres et de Traduction*. Kaslik : Université Saint-Esprit, 2003, pp. 20-222.

JEANNERET (Yves). *L'affaire Sokal ou la querelle des imposteurs.* Paris : Presses Universitaires de France, 1998, 274p.

JOLLIN-BERTOCCHI (Sophie). *Les niveaux de langage*. Paris : Hachette, 2003, 127p.

JOLY (Martine). *Introduction a l'analyse de l'image*. Paris : Nathan, 1993, 128p.

JOLY (Martine). *L'image et les signes. Approche sémiologique de l'image fixe*. Paris : Nathan, 1994, 191p.

KERBRAT-ORECCHIONI (Catherine). *L'énonciation de la subjectivité dans le langage.* Paris : Armand Collin, 1980a, 290p.

KERBRAT-ORECCHIONI (Catherine). L'ironie comme trope. *Poétique, 41,* 1980b, pp. 108-127.

KERBRAT-ORECCHIONI (Catherine). *L'implicite*. Paris: Armand Collin, 1986, 395p.

KOKELBERG (Jean). *Les techniques du style. Vocabulaire, figures de rhétorique, syntaxe, rythme*. Paris : Nathan, 1993, 255p.

KRISTEVA (Julia). *Recherches pour une semanalyse*. Paris : Éditions du Seuil, 1969, 381p.

LANDI (Oscar). *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente. Qué hace la gente con la televisión.* Buenos Aires: Planeta, 1992, 206p.

LEJEUNE (Philippe). « Le récit d'enfance ironique : Vallès » *in Je est un autre*. Paris : Éditions du Seuil, 1980, 332p.

LIMAT-LETELLIER (Natalie). « Historique du concept d'intertextualité », *in* N. Limat-Letellier et M. Miguet-Ollagnier (eds.). *L'intertextualité.* Besançon : Annales littéraires de l'Université de Franche-Comté, 1998, pp. 17-64.

LOTMAN (Iuri). *Estructura del texto artístico.* Madrid: Istmo, 1988, 364p.

MAINGUENEAU (Dominique). *Initiation aux méthodes de l'analyse du discours*. Paris : Hachette, 1976, 192p.

MAINGUENEAU (Dominique). *L'énonciation en linguistique française*. Paris: Hachette, 1994, 158p.

MAINGUENEAU (Dominique). *Les termes clés de l'analyse du discours*. Paris : Seuil, 1996, 94p.

MAINGUENEAU (Dominique). *Analyser les textes de communication*. Paris : Armand Collin, 2006, 209p.

MARAFIOTI (Roberto). *Los significantes del consumo. Semiología, medios masivos y publicidad*. Buenos Aires: Editorial Biblos, 1993, 347p.

MARTIN-GRANEL (Nicolas). « Ironie » *in Dictionnaire International des Termes Littéraires*. URL : www.ditl.info/arttest/art14896.php, page consultée le 10/02/2009.

MARTINI (Stella) et **LUCHESSI** (Lila). *Los que hacen las noticias: periodismo, información y poder*. Buenos: Aires: Biblos, 2004, 223p.

MATTELART (Armand) et **MATTELART** (Michèle). *Histoire des théories de la communication*. Paris : La Découverte, 2002, 124p.

MOLINIÉ (Georges). *La stylistique*. Paris, Presses Universitaires de France, 1993, 211p.

MOREL (Marie-Annick). Pour une typologie des figures de rhétoriques : points de vue d'hier et d'aujourd'hui. *DRLAV, 26*, 1982, pp. 1-62.

PAVEAU (Marie-Anne) et **SARFATI** (Georges-Elia). *Les grandes théories de la linguistique. De la grammaire comparée à la pragmatique.* Paris : Armand Colin, 2003, 256p.

PENINOU (Georges). *Intelligence de la publicité. Etude sémiotique.* Paris : Robert Laffont, 1972, 300p.

REBOUL (Olivier). *La Rhétorique.* Paris : Presses universitaires de France, 1993, 127p.

RIEFFEL (Rémy). *Que sont les médias ?* Paris: Gallimard, 2005, 539p.

RIEFFEL (Rémy). *Sociologie des médias.* Paris : Ellipses, 2005, 223p.

ROBRIEUX (Jean-Jacques). *Eléments de rhétorique et d'argumentation.* Paris : Dunod, 1993, 225p.

SAINT-MARTIN (Fernande). *Sémiologie du langage visuel*. Québec : Presses de l'Université du Québec, 1987, 307p.

SCHOENTJES (Pierre). *Poétique de l'ironie*. Paris : Seuil, 2001, 347p.

SEMPRINI (Andrea). A*nalyser la communication. Comment analyser les images, les médias, la publicité*. Paris : L'Harmattan, 1996, 270p.

SOUCHIER (Emmanuël). (coord.). L'énonciation éditoriale en question. *Communications et Langages, 154*, 2007, 144p.

SPIES (Virginie). De l'énonciation à la réflexivité : quand la télévision se prend pour objet, *Semen, 26*, 2009. URL : http://semen.revues.org/document8458.html (page consultée le 10 janvier 2010).

STEIMBERG (Oscar). *Semiótica de los medios masivos. El pasaje de los medios a los géneros populares*. Buenos Aires: Atuel, 1998.

STEIMBERG (Oscar). Las dos direcciones de la enunciación transpositiva: el cambio de rumbo en la mediatización de relatos y géneros. *Figuraciones, 1(2).* Buenos Aires, Instituto Universitario Nacional del Arte et Ed. Asunto Impreso, 2003, pp. 295-302.

STEIMBERG (Oscar). Sobre algunas exhibiciones contemporáneas del trabajo sobre los géneros *in* Walter Bruno Berg et al (eds.), *Imágenes en vuelo, textos en fuga – Identidad y alteridad en el contexto de los géneros y los medios de comunicación*. Frankfurt am Main: Vervuert, 2004.

STEIMBERG (Oscar) et **TRAVERSA** (Oscar). *Estilo de época y comunicación mediática*. Buenos Aires: Atuel, 1997, 157p.

STOLZ (Claire). *Initiation à la stylistique*. Paris : Ellipses, 2006, 224 p.

SUHAMY (Henry). *Les figures de style.* Paris : Presses Universitaires de France, 1981, 126p.

VERÓN (Eliseo). *Construire l'événement. Les médias et l'accident de Three Mile Island.* Paris : Minuit, 1981, 176p.

VERÓN (Eliseo). Quand lire c´est faire: l`énonciation dans le discours de la presse écrite. Sémiotique II, Paris : Institut de recherches des études publicitaires, 1984, pp. 33-56.

VERÓN (Eliseo). L'analyse du 'contrat de lecture': une nouvelle méthode pour les études de positionnement des support presse. *Les médias. Expériences, recherches actuelles, application.* París: Institut de Recherches et d'Etudes Publicitaires, 1985, pp. 203-230.

VERÓN (Eliseo). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad.* Buenos Aires: Gedisa, 1987, 235p.

VERÓN (Eliseo). « Presse écrite et théorie des discours sociaux production, réception, régulation » *in* P. Charaudeau (dir). *La presse, produit, production, réception*. Paris : Didier érudition, 1988, pp. 11-36.

VILCHES (Lorenzo). *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión.* Barcelona: Paidós, 1984, 248p.

VILCHES (Lorenzo). *Teoría de la imagen periodística.* Barcelona: Paidós, 1987, 287p.

VITTOZ CANUTO (Marie-B.). *Si vous avez votre jeu de mots à dire. Analyse de jeux de mots dans la presse et dans la publicité*. Paris : Nizet, 1983, 153p.

ZECCHETTO (Victorino). *La danza de los signos. Nociones de semiótica general.* Buenos Aires: La Crujía, 2003, 358p.

ZUNZUNEGUI (Santos). *Pensar la imagen.* Madrid : Cátedra, Universidad del País Vasco, 1998, 270p.

D'autres sources

COMPAGNON (Antoine). Cours de licence à l'Université de Paris IV Paris-Sorbonne, UFR de Littérature française et comparée, présenté en ligne dans le site Fabula : http://www.fabula.org/compagnon/genre.php, page consultée le 20 février 2010.

COMMUNICATION POLITIQUE ET MÉDIAS, DISCOURS POLITIQUE, PSYCHOLOGIE POLITIQUE

Articles de revue, livres, mémoires et thèses

ACHACHE (Gilles). La communication : déclin ou extension de la politique ? *Revue Esprit, 164*, 1990, pp. 145-151.

ANTOINE (Frédéric). Modèles télévisuels et évolutions de la place du politique à la télévision. *Recherches en communication, 24*, 2005, pp. 33-48.

BARBARANELLI (Claudio), **VITTORIO CAPRARA** (Gian), **VECCHIONE** (Michele) et **FRALEY** (Chris R). Voters' personality traits in presidential elections. *Personality and Individual Differences 42,* 2007, pp. 1199–1208.

BELIAKOV (Vladimir). La représentation stéréotypée du pouvoir: construction de l'image à travers les discours médiatiques russes *in* H. Boyer (dir.). *Stéréotypages, stéréotypes : fonctionnements ordinaires et mises en scène. Média(tisation)s,* tome I. Paris : L'Harmattan, 2007, pp.27-37.

de BONY (Anne). « L'image médiatique de l'homme politique à travers la presse écrite nationale. L'exemple de Lionel Jospin, Premier Ministre ». Mémoire de Master Recherche en Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA, Université de Paris IV Sorbonne, Paris, 2001, 133p.

BOURSIN (Françoise). Dominique de Villepin et Collin Powell : deux rhétoriques face à face. *Communication et langages, 145*, 2005, pp. 95-106.

BOURSIN (Françoise). L'arène médiatique : le Président face aux jeunes. *Communication et langages, 148*, 2006, pp. 69-80.

CALBRIS (Geneviève). *L'expression gestuelle de la pensée d'un homme politique*. Paris : CNRS éditions, 2003, 205p.

CAYROL (Roland). *Médias et démocratie : la dérive.* Paris : Presses de Sciences-Po, 1997, 114p.

CONSTANTIN DE CHANAY (Hugues). « Je m'engage sur l'avenir » : de l'éthos dans les portraits des candidats à l'élection présidentielle de 2002. *in* J.-C. Seguin (éd.), *Image et pouvoir*. Lyon : Grimh-LCE-Grimia, 2005, pp. 90-99.

COTTERET (Jean-Marie). *Gouverner, c'est paraître. Réflexions sur la communication politique.* Paris : Presses Universitaires de France, 1991, 175p.

COULOMB-GULLY (Marlène). Double-jeu, jeux des doubles: Guignols et Bébêtes en campagne *in* Groupe Saint Cloud. *L'image candidate à l'élection présidentielle de 1995. Analyse de discours dans les médias*. Paris : L'Harmattan, 1999, pp. 95-108.

COULOMB-GULLY (Marlène). *La démocratie mise en scènes. Télévision et élections.* Paris: CNRS, 2001, 166p.

COURTINE (Jean- Jacques). Les glissements du spectacle politique. *Revue Esprit 164*, 1990, pp. 152-164.

CHARAUDEAU (Patrick). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Paris : Vuibert, 2005b, 256p.

DAKHLIA (Jamil). *People* et politique: un mariage contre nature? Critères et enjeux de la peopolisation. *Questions de communication, 12*, 2007, pp. 259-278.

DAKHLIA (Jamil). *Politique people*. Rosny : Bréal, 2008, 128p.

DELPORTE (Christian). *La France dans les yeux: une histoire de la communication politique de 1930 à aujourd'hui*. Paris : Flammarion, 2007.

DELPORTE (Christian). *Une histoire de la langue de bois.* Paris : Flammarion, 2009, 352p.

DEUTSCH (Morton) et **KINVALL** (Catarina). « What is Political Psychology?» *in* K. Renwick Monroe (dir.). *Political Psychology*. New Jersey: Lawrence Erlbaum associates publishers, 2002, pp. 15-42.

ERRERA (Christine). « La construction des images médiatiques des hommes politiques ». Thèse doctorale en Sciences Politiques, Universidad Montesquieu-Bordeaux IV. Bordeaux : 2003, 911p.

ERRERA (Christine). La vie privée des politiques, un tabou de la presse française. *Communication & Langages, 148*, 2006, pp. 81-102.

FRAISSE (Emmannuel). Les politiques et leurs marionnettes à la télévision. *Médiaspouvoirs, 38*, pp. 103-109.

FUNK (Carolyn) Understanding Trait Inferences in Candidate Images *in* M. X. Delli Carpini, L. Huddy et R. Y. Shapiro (eds.). *Research in Micropolitics: New Directions in Political Psychology, 5*, Greenwich CT: JAI Press, 1996, pp. 97-123.

FUNK (Carolyn). Implications of Political Expertise in Candidate Trait Evaluations. *Political Research Quarterly 50 (3)*, 1997, pp. 675-697.

GALATANU (Olga). Le discours de la dérision politique et la dérision du discours politique. *Humoresques, 4*, 1993, pp. 69-80.

GLASS (David). "Evaluating Presidential Candidates : Who Focuses on Their Personal Attributes?". *Public Opinion Quarterly, 49*, 1985, pp. 517-534.

GHIGLIONE (Rodolphe). (dir.) *Je vous ai compris. Ou l'analyse des discours politique*. Paris : Armand Collin, 1989, 172p.

GIASSON (Thierry). Les politiciens maîtrisent-ils leur image ? Analyse des représentations visuelles souhaitées et projetées par les leaders politiques canadiens dans le débat télévisé électoral 2000. *Communication, 25 (1),* 2006, pp. 46-83.

GOUREVITCH (Jean-Paul). *L'image en politique. De Luther à Internet et de l'affiche au clip*. Paris : Hachette, 1998, 247p

GROUPE SAINT-CLOUD. *L'image candidate à l'élection présidentielle de 1995. Analyse de discours dans les médias*. Paris : L'Harmattan, 1999, 252p.

KINDER (Donald). Presidential Character Revisited, *in* R. Lav et D. Sears (eds.). *Political Cognition*, 19th Annual Carnegie Symposium on Cognition, 1986, pp. 233-255.

KINDER (Donald), **MARK** (Peters), **ABELSON** (Robert) et **FISKE** (Susan). Presidential Prototypes. *Political Behavior, 2(4),* 1980, pp. 315-337.

LITS (Marc). La spectacularisation des émissions politiques dans les télévisions européennes. *Recherches en communication, 24,* 2005, pp. 7-18.

LÓPEZ CAMPS (Jordi) et **LEAL FERNÁNDEZ** (Isaura). *Aprender liderazgo político*. Barcelona: Paidós, 2005, 145p.

MAAREK (Philippe). *Communication et marketing de l'homme politique*. Paris : Litec, 2001, 394p.

MARIN (Louis). *Le Portrait du roi.* Paris : Les Editions de Minuit, 1981, 304 p.

MILLER (Arthur), **WATTENBERG** (Martin) et **MALANCHUK** (Oksana). Schematic Assessments of Presidential Candidates. *The American Political Science Review, 80(2),* 1986, pp. 521-540.

MILLER (Arthur) et **MILLER** (Warren). Rejoinder: Ideology in the 1972 Election. *The American Political Science Review, 70(3-4),* 1976, pp. 832-849.

PILHAN (Jacques). L'écriture médiatique. *Le Débat, 87,* 1995, pp. 3-24.

SARLO (Beatriz). *Instantáneas: medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*. Buenos Aires: Ariel, 1996, 198p.

SARTORI (Giovanni). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid : Tauros, 1998, 140p.

VEBRET (Joseph) et **LABARRE** (Isabelle). Les sondages mesurent l'opinion ils ne la créent pas. Un entretien avec Jérôme Jaffré. Vice-Président de la Soffres. *Médiaspouvoirs, 38,* 1995, pp. 79-83.

WOLTON (Dominique). Les contradictions de l'espace public médiatisé. *Hermès, 10,* 1991, pp. 95-114.

ZIMMERMANN (Marie-Jeanne). Les marionnettes de la 5è République *in* Groupe Saint Cloud. *L'image candidate à l'élection présidentielle de 1995. Analyse de discours dans les médias*. Paris : L'Harmattan, 1999, pp. 109-118.

ÉPISTÉMOLOGIE DES SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION, MÉTHODOLOGIE

ANDER EGG (Ezequiel) et **FOLLARI** (Roberto). *Trabajo social e interdisciplinariedad*. Buenos Aires : Editorial Humanitas, 1988, 83p.

BACCALÁ (Nora) et **MONTORO** (Virginia). *Introducción al Análisis Multivariado*. Centro Regional Universitario Bariloche, Universidad Nacional del Comahue, *51*, 2008, 130p.

BARDIN (Laurence). *L'analyse de contenu*. Paris : Quadrige, 2007, 291p.

de BONVILLE (Jean). *L'analyse de contenu des médias. De la problématique au traitement statistique.* Bruxelles : De Boeck, 2006, 451p.

BOUGNOUX (Daniel). (dir.). *Sciences de l'information et de la communication.* Paris : Larousse, 1993, 808p.

BOUGNOUX (Daniel). *Introduction aux sciences de la communication*. Paris : La Découverte, 2001, 125p.

CIBOIS (Philippe). *L'analyse factorielle*. Paris : Presses Universitaires de France, 2000, 128p.

CRIVISQUI (Eduardo). *Análisis factorial de correspondencias. Un instrumento de investigación en ciencias sociales.* Asunción: Laboratorio de Informática Social de la Universidad Católica de Asunción, 1993, 302p.

GARCÍA (Miguel). Un Nuevo Desafío en la Investigación: Enfoque Transdisciplinario en Comunicación y Desarrollo. *Razón y palabra, 49,* 2006. URL: http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/mgarcia.html, page consultée le 20 juin 2010.

HINTON (Perry). *Statistics explained. A guide for Social Science Students.* London: Routledge, 1995, 344p.

JANTSCH (Erich). Inter- and Transdisciplinary University: A Systems Approach to Education and Innovation. *Policy Sciences, 1(4),* 1970, pp. 403-428.

JEANNERET (Yves). La trivialité comme évidence et comme problème. À propos de la querelle des impostures. *Les enjeux de l'information et de la communication,* 2000. URL : http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2000/Jeanneret/index.php, page consultée le 15 juillet 2010.

LEBART (Ludovic), **PIRON** (Marie) et **MORINEAU** (Alain). *Statistiques Exploratoire Multidimensionnelle. Visualisations et inférences en fouille de données*. Paris : Dunod, 2006, 464p.

LOCHARD (Guy) et **SOULAGES** (Jean-Claude). « La sémiologie : une posture et des démarches », *in* S. Olivesi (dir.). *Introduction à la recherche en SIC*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2007, pp. 135-152.

MIÈGE (Bernard.) *L'information-communication, objet de connaissance*. Bruxelles, De Boeck, 2004, 248p.

MIÈGE (Bernard) et **PAILLART** (Isabelle). La recherche en information et communication comme praxis, *in* S. Olivesi (dir.). *Introduction à la recherche en SIC*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2007, pp. 285-302.

OLIVESI (Stéphane) (dir.). *Introduction à la recherche en SIC.* Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2007, 386p.

OLLIVIER (Bruno). *Les sciences de la communication. Théories et acquis*. Paris : Armand Collin, 2007, 284p.

PINEDA DE ALCÁZAR (Migdalia). Los Paradigmas de la Comunicación: Nuevos enfoques teóricos-metodológicos. *The Communication Initiative Network,* 2002. URL: www.comminit.com/en/node/150509, page consultée le 10 juillet 2010.

de TORRES CURTH (Mónica). « Tomar apuntes en la Universidad ». Mémoire de Master en « Enseñanza de las Ciencias Exactas y Naturales ». Centro Regional Universitario Bariloche, Universidad Nacional del Comahue. Bariloche, 2005.

D’autres sources

Matériel de l’Atelier « Capacitación docente. Planificación interdisciplinaria ». Ministerio de Educación y Justicia, Buenos Aires, 1986.

FORMES DU RISIBLE

Articles de revue, livres, mémoires et thèses

ÁLVAREZ JUNCO (Manuel). *El diseño de lo incorrecto. La configuración del humor gráfico*. Buenos Aires: La Crujía, 2009, 143p.

ATTARDO (Salvatore). *Linguistic Theories of Humor*. Berlin: Mouton de Gruyter, 1994, 450p.

ATTARDO (Salvatore). *Humorous texts: a semantic and pragmatic analysis*. Berlin: Mouton de Gruyter, 2001, 238p.

ATTARDO (Salvatore), **HEMPELMANN** (Christian) et **DI MAIO** (Sarah). Script oppositions and logical mechanisms: Modeling incongruities and their resolutions. *Humour, 15(1)*, 2002, pp. 3-46.

AUBOIN (Elie). *Les genres du risible. Ridicule, comique, esprit, humour.* Marseille : Ofep, 1948, 142p.

BAH (Souleymane). « La presse satirique en Afrique ». Thèse doctorale en Sciences de l’Information et de la Communication. Université Lumière 2, Lyon, 2004, 281p.

BAKHTINE (Mikhaïl). *L’œuvre de François Rabelais et la culture populaire au Moyen* Âge *et sous la Renaissance*. Paris : Gallimard, 1990, 473p.

BAREI (Silvia), **FLORES** (Ana B.), **GÓMEZ** (Susana), **PÉREZ** (Elena del C.)**, ECHEVARRÍA** (Mirta), **ÁVILA** (M. Ximena) et **ORTIZ** (M. Florencia). *La Argentina Humorística. Cultura y discurso en el 2000.* Córdoba: Ferreyra editor, tome 2, 2003, 147p.

BAUDIN (Henri). *Boris Vian, humoriste*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 1973, 256p.

BAUDIN (Henri). Répertoire parallèle des ressorts littéraires et graphiques du comique. *Cahier Comique Communication, 1*, 1983, pp. 7-43.

BERGSON (Henri). *Le rire : essai sur la signification du comique.* Paris : PUF, 1924, 208p.

BORNEMANN (Bernd), **ROY** (Claude), **SEARLE** (Ronald). *La caricature, art et manifeste. Du XVIe siècle à nos jours*. Genève : Skira, 1974, 279p.

COLUMBA (Ramón). *¿Qué es la caricatura?* Buenos Aires : Columba, 1959, 88p.

COULOMB-GULLY (Marlène). Bébête Show et Guignols de l'Info. De l'émission à la réception, parcours comiques et portraits rieurs. *Réseaux, 84*, 1997, pp. 139-148.

CURTI (Sandrine). « Dessin d'actualité et représentation de l'imaginaire politique. Approche sémio-rhétorique d'un corpus de presse (Les élections présidentielles de 2002 en France) ». Thèse doctorale en Sciences du Langage, Didactique et Sémiotique, Université de Franche-Comté, 2006, 493p.

CHABROL (Claude). (coord.). Humour et médias. Définitions, genres et cultures. *Questions de communication, 10*, 2006, pp. 7-156.

CHARAUDEAU (Patrick). De nouvelles catégories pour l'humour? *Questions de communication, 10*, 2006, pp. 19-41.

DEFAYS (Jean-Marc). *Le comique : principes, procédés, processus.* Paris : Seuil, 1996, 96p.

DELPORTE (Christian), **MILLIOT** (Vincent), **NEVEU** (Erik) (coords.). Caricatures politiques. *Mots/Les langages du politique, 48*, 1996, 168p.

DRAITSER (Emil). *Techniques of satire. The case of Saltykov-Ščedrin.* Berlin: Mouton de Gruyter, 1994, 213p.

DUISIT (Lionel). *Satire, parodie, calembour. Esquisse d'une théorie des modes dévalués.* Saratoga : Anma Libri, 1978, 163p.

DUPRAT (Annie). *Histoire de France par la caricature.* Paris: Larousse, 1999, 263p.

DUPRAT (Annie). *Les rois de papier. La caricature de Henri III à Louis XVI.* Paris : Belin, 2002, 367p.

DUVAL (Sophie) et **MARTINEZ** (Marc). *La satire*. Paris : Armand Collin, 2000, 272p.

EMELINA (Jean). *Le Comique. Essai d'interprétation générale.* Paris : Sedes, 1991, 211p.

ESCARPIT (Robert). *L'humour*. Paris : Presses Universitaires de France, 1960, 128p.

EVRARD (Franck). *L'humour.* Paris : Hachette, 1996, 142p.

FERNÁNDEZ (Manuel) et **VIVERO GARCÍA** (María Dolores). L'humour dans la chronique de la presse quotidienne. *Question de communication, 10*, 2006, pp. 81-102.

FLETCHER (M.D.). *Contemporary political satire: narrative strategies in the post-modern context*. Lanham: University Press of America, 1987, 185p.

FLORES (Ana B.), **PÉREZ** (Elena del C.)**, ECHEVARRÍA** (Mirta), **BAREI** (Silvia) **GÓMEZ** (Susana). *La Argentina Humorística. Cultura y discurso en los 90.* Córdoba: Ferreyra editor, tome 1, 2000, 134p.

FLORES (Ana B.). *Políticas del humor*. Córdoba : Ferreyra editor, 2007, 181p.

FORCADELL (François). *Le Guide du dessin de presse, Histoire de la caricature politique française*. Paris : Syros/Alternatives, 1989, 158 p.

FOURASTIÉ (Jean). *Le rire, suite*. Paris : Denoël Gonthier, 1983, 263p.

FRANÇOIS (Bernard). « La Vis Satirica. Approche des mécanismes de la presse satirique à travers l'étude du Canard Enchaîné ». Mémoire de Master Recherche en Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA, Université de Paris IV Sorbonne, Paris, 1979.

FREUD (Sigmund). *Le mot d'esprit et son rapport à l'inconscient*. Paris : Gallimard, 1988, 443p.

FREUD (Sigmund). « El Humor » *in Obras completas*. Buenos Aires : Amorrortu editores, vol. XXI, 1992 (1928), pp. 155-162.

GARITTE (Catherine) et **FEUERHAHN** (Nelly). (comp.). Faire rire : mode d'emploi. Hôpiclowns, clownanalystes, auteurs, humoristes. *Humoresques*, *27*, 2008, 186p.

GERVEREAU (Laurent). « Le dessin d'actualité dans l'histoire » *in* A. DELIGNE, L. GERVEREAU, P. RONGE (dir.). *De de Gaulle à Mittterrand. 30 dessins d'actualité en France*. Paris : BDIC, 1989, pp. 11-30.

GOMBRICH (Ernst). « The Experiment of Caricature» *in Art and Illusion. A study in the Psychology of Pictorial Representation*. Londres: Phaidon Press, 1984, pp. 279-303.

GRABY (Françoise). *Humour et comique en publicité. Parlez-moi d'humour.* Paris : Management et société, 2001, 160p.

GRENDEL, Bernard et **MORAL**, Patrick. (2007). L'humour: panorama de la notion. *Fabula*, théorie de la littérature, actualité des études littéraires, http://www.fabula.org, site consulté en 2006-2010.

GUTIÉRREZ (José María). *La historieta argentina. De la caricatura política a las primeras series*. Buenos Aires: Ediciones Biblioteca Nacional y Página/12, 1999, 95p.

HODGART *(*Mathew). *La satire*. Paris : Hachette, 1969, 255p.

HOLMES (Janet). Politeness, Power and Provocation: How Humour Functions in the Workplace. *Discourse Studies, 2(2)*, 2000, pp. 159-185.

HUTCHEON (Linda). Ironie, satire parodie. Une approche pragmatique de l'ironie, *Poétique, 46*, 1981, pp. 140-155.

HUTCHEON (Linda). *A Theory of Parody. The teachings of Twentieth-century art forms*. New York : Methuen, 1985, 143p.

JOLLES (André). *Formes simples.* Paris : Éditions du Seuil, 1972, 221p.

KOREN (Roselyne). L'esprit de la satire dans la presse française contemporaine *in L'humour d'expression française*. Actes du premier colloque international du CORHUM, tome 1, Z'éditions, 1990, pp.206-212.

KRIS (Ernst). *Psychanalyse de l'art.* Paris: Presses Universitaires de France, 1978, 432p.

KOESTLER (Arthur). « Humour and Wit » in Britannica Macropaedia, 1987, pp. 739-745.

LEFEBURE (Pierre). Les forces syndicales jugées par le dessin de presse. *Hermès 29*, 2001, pp. 77-90.

LESSARD (Denys). Calembours et dessins d'humour. *Semiotica, 85 (1-2)*, 1991, pp. 73-90.

LLERA (José Antonio). Una aproximación interdisciplinar al concepto de humor. *Signa, revista de la Asociación Española de Semiótica*, *12*, 2003, pp. 613-628.

LOCKYER (Sharon). A two-proned attack ? Exploring Private's satirical humour and investigative report. *Journalism Studies 7(5)*, 2006, pp. 765-780.

MADINI (Mongi). Co(n)textualisations du dessin de presse et engagement énonciatif. *Semen, 22*, 2006, pp. 177-196.

MAGARIÑOS DE MORENTÍN (Juan). Operaciones semióticas en el análisis de las historietas *in* Óscar Quezada Macchiavello (ed.), *Fronteras de la semiótica. Homenaje a Desiderio Blanco.* Perú: Universidad de Lima-Fondo de Cultura Económica, 1999.

MARTIGNONE (Hernán) et **PRUNES** (Mariano). *Historietas a diario. Las tiras cómicas argentinas de mafalda a nuestros días*. Buenos Aires: Libraria, 2008, 151p.

MATALLANA (Andrea). *Humor y política. Un estudio comparativo de tres publicaciones de humor político.* Buenos Aires: Eudeba, 1997, 125p.

MEISTER (Hildegard). Le discours de la caricature politique. *Mots/Les langages du politique, 34*, 1993, pp. 101-105.

MELOT (Michel). *L'œil qui rit. Le pouvoir comique des images.* Paris: Bibliothèque des Arts, 1975, 203p.

MERCIER (Arnaud) (dir.). Dérision, contestation. *Hermès 29*, 2001, 265p.

MORIN (Christian). Pour une définition sémiotique du discours humoristique. *Protée, 30(3),* 2002, pp. 91-98.

MONTANT (Henri). *Commentaires et humeurs. L'écriture satirique.* Paris : Victoires éditions, 1995, 93p.

MOLIÈRE. *Le Misanthrope in Œuvres complètes*, tome II. Paris : Gallimard, "Pléiade", 1971 (1667), p.121-218.

MOUSSET-CHALANSET (Monique). Humour et publicité télévisée. Fonctions du message humoristique dans l'argumentation publicitaire télévisuelle. Thèse en Sciences de l'Information et de la Communication. Paris : CELSA, Université de Paris IV Sorbonne, Paris, 1999, 540p.

NOGUEZ (Dominique). Structure du langage humoristique. *Revue d'esthétique, 22(1),* 1969a, pp. 37-54.

NOGUEZ (Dominique). L'humour, ou la dernière des tristesses. *Études françaises, 5(2),* 1969b, pp. 139-161.

NOGUEZ (Dominique). Petite rhétorique de poche pour servir à la lecture des dessins dits « d'humour ». *Revue d'esthétique 3(4),* (U.G.E. 10/18), 1974, pp. 107-137.

NOGUEZ (Dominique). *L'arc en ciel des humours.* Paris: Librairie générale française, 2000, 251p.

PARIS (Michèle). Contestation ou consolidation du pouvoir ? Aspects de la manipulation de thèmes traditionnels dans la satire politique (Londres 1819-20). *History of European Ideas, 3(3),* 1982, pp. 273-280.

PEUREUX (Guillaume). *Le Burlesque*. Paris : Gallimard, 2007, 150p.

de PERTHUIS (Bruno) (dir.). Les procédés de déconstruction de l'adversaire. *Ridiculosa, 8,* 2001, 257p.

PIRANDELLO (Luigi). *Humorismo*. Buenos Aires: Leviatán, 1994, 205p.

POLLOCK (Jonathan). *Qu'est-ce que l'humour ?* Paris: Klincksieck, 2001, 123p.

RABATEL (Alain). La déliaison des énonciateurs et des locuteurs dans la presse satirique. *Langage et société, 110,* 2004, pp. 7-23.

RAGON (Michel). *Le dessin d'humour. Histoire de la caricature et du dessin humoristique en France*. Paris: Éditions du Seuil, 1992, 186p.

RASKIN (Victor). *Semantic Mechanisms of Humour*. Dordrecht : D. Reidel Publishing Company, 1985, 284p.

SABOURIN (Paul). *L'humour dans la politique*. Paris : Economica, 1983, 139p.

SAUVY (Alfred). *Aux sources de l'humour.* Paris : Editions Odile Jacob, 1988, 342p.

SEGUIN (Jean-Claude). (dir.). *L'humour hispanique au XXe siècle. Supports iconiques et scripturaux*. Lyon : Grimh-Grimia, 2004, 350p.

SEURRAT (Aude). La mise au jour des médiations à travers l'affaire des caricatures. Citations d'images. *Communication & Langages, 155,* 2008, pp. 27-38.

STEIMBERG (Oscar). Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico. *Signo y seña, 12,* 2001, pp. 99-118.

STERNBERG-GREINER (Valérie). (comp.) *Le comique*. Paris : Flammarion, 2003, 247p.

THIVOLET (Marc). « Caricature » *in Encyclopaedia Universalis*. Paris. 1996, pp. 1016-1023.

TIGGES (Wim). *An anatomy of literary nonsense*. Amsterdam: Rodopi, 1988, 293p.

TILLIER (Bertrand). *La RepubliCature. La caricature politique en France 1870-1914*. Paris: CNRS éditions, 1997, 173p.

TILLIER (Bertrand). *A la charge! La caricature en France de 1789 à 2000.* Paris : Les Editions de l'Amateur, 2005, 256p.

ZIV (Avner) et **DIEM** (Jean-Marie). *Le sens de l'humour*. Paris : Dunod, 1987, 152p.

ZIV (Avner) (dir.). *National styles of humour.* New York: Greenwood press, 1988, 256p.

ZIV (Avner). L'universel et le culturel dans l'humour. *in L'humour d'expression française*. Actes du premier colloque international du CORHUM, tome 1, Z'éditions, 1990, pp.70-73.

ZUBER (Roger). « Satire » *in Encyclopédia Universalis*. Paris, 1972, pp. 691-693.

D'autres sources

Brochure de l'exposition « Cabu et Paris » à l'Hôtel de Ville. Paris, 2007.

HEMPELMANN, Christian. Atelier « General Theory of Verbal Humour », donné dans le cadre du *7th International Summer School & Symposium on Humour & Laughter*, University of Aberdeen, Écosse, juillet 2007.

Interview « Quino, l'humour en liberté ». *Le Courrier de l'Unesco* (juillet-août 2000). URL : http://www.unesco.org/courier/2000_07/fr/dires.htm, page consultée le 18 septembre 2010.

RITCHIE (Graeme). « An Overview of Humour Research », conférence présentée dans le cadre du *7th International Summer School & Symposium on Humour & Laughter*, University of Aberdeen, Écosse, juillet 2007.

HISTOIRE DE LA PRESSE, *LE CANARD ENCHAÎNÉ* ET *PÁGINA/12*

CHAMPAGNE (Patrick). *Le Canard enchaîné*, de la satire politique à la défense de la morale publique. *Actes de la recherche en Sciences Sociales, 89,* (*Liber, 7*) 1991, pp. 6-8.

DELPORTE (Christian). Le monstre bicéphale. L'exécutif dans le dessin du Canard enchaîné (1959-1981). *Matériaux pour l'histoire de notre temps, 28,* 1992, pp. 44-51.

GAUDE (Yvan). « Irrévérence et révélations dans les médias. *Le Canard Enchaîné* ou la diagonale de fou ». Mémoire de Master Recherche en Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA, Université de Paris IV Sorbonne, Paris, 1995, 115p.

GONZÁLEZ (Horacio). *La realidad satírica. Doce hipótesis sobre Página/12.* Buenos Aires: Paradiso Ediciones, 1992, 155p.

LAMALLE (Jacques), **MARTIN** (Laurent), **LESTROHAN** (Patrice) et **PAGES** (Frédéric). *Le Canard enchaîné. La Ve République racontée en 2000 dessins (1958-2008).* Paris : Les Arènes , 2008, 652p.

LASKE (Karl) et **VALDIGUIÉ** (Laurent). *Le vrai Canard*. Paris : Stock, 2008, 490p.

MARTIN (Laurent). Pourquoi lit-on *Le Canard enchaîné* ? *Vingtième Siècle. Revue d'histoire, 68,* 2000, pp. 43-54.

MARTIN (Laurent). Le Canard enchaîné, un objet politique mal identifié. *Revue d'histoire moderne et contemporaine 50(2),* 2003, pp. 73-91.

MARTIN (Laurent). *Le Canard Enchaîné ou les fortunes de la vertu. Histoire d'un journal satirique (1915-2005).* Paris: Flammarion, 2005, 768p.

MARTIN (Laurent). Le rire est une arme. L'humour et la satire dans la stratégie argumentative du Canard enchaîné. *A contrario 12(2),* 2009, pp. 26-45.

PALACIO (Jorge). *Crónica del humor político en Argentina*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana, 1993, 255p.

PEDRAZZINI (Ana). « Le rapport texte-image dans la Une. Página/12: Un cas de rupture dans la presse argentine ». Mémoire de Master Recherche en Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA, Université de Paris IV Sorbonne, Paris, 2004, 160p.

RESVARD (Christelle). « Le Canard Enchaîné : une analyse exploratoire du discours comique ». Mémoire de Master en Sciences des Médias et de la Communication, Université de Génève, 2003, 99p.

RICHARD (Charlotte). « Dans la mare aux rubriques du Canard Enchaîné : Comment la rubrique sert une originalité et une identité politique, fonde un style en maintenant un cadre rédactionnel d'une pérennité rare ? » Mémoire de Master 1 en Lettres Modernes Appliquées. Université de Paris IV Sorbonne, 2006, 93p.

SCHIFRES (Alain). L'idéologie du « *Canard enchaîné* » *in* F. Batailler, A. Schifres et C. Tannery. *Analyses de presse.* Paris : Presses Universitaires de France, 1963, pp. 91-176.

ULANOVSKY (Carlos). Paren las rotativas. Buenos Aires: Espasa, 1997, 525p.

YSMAL (Colette). *Le Canard enchaîné ou les pièges de la lucidité. Esprit, 2,* 1971, pp. 233-243.

D'autres sources

Documentation fournie par *Le Canard enchaîné* : « La place du 'Canard Enchaîné' dans la presse d'aujourd'hui ».

Page institutionnelle de *Página/12*. URL: http://www.pagina12web.com.ar/institucional.html, page consultée le 30 octobre 2009.

Premier numéro de *Página/12*, 26/05/1987.

Suppléments Anniversaire de *Página/12* : 26/05/1997 (10 años), 26/05/2002 (15 años), 26/05/2007 (20 años).

PHILOSOPHIE, PSYCHOLOGIE, SOCIOLOGIE

Livres

ARISTOTE. (ed. R. Dupont-Roc et J. Lallot). *La Poétique.* Paris : Seuil, 1980, 466p.

CALABRESE (Omar). *La era neobarroca.* Madrid : Cátedra, 1994, 212p.

GOFFMAN (Erving). *Les Rites d'interaction.* Paris: Éditions de Minuit, 1974, 230p.

GARDNER (Howard). *Multiple Intelligences: The Theory in Practice*. New York: Basic Books, 1993, 320p.

KANT (Emmanuel). *Critique de la faculté de juger*. Paris : Vrin, 1993 (1790), 482p.

HOBBES (Thomas). *Leviathan*. (ed. A.P. Martinich). Peterborough : Broadview Press, 2005 (1651), 378p.

LIPOVETSKY (Gilles). *L'ère du vide.* Paris: Gallimard, 1989, 246p.

LYOTARD (Jean-François). *La Condition postmoderne : rapport sur le savoir*. Paris : Editions de Minuit, 1979, 109p.

MOSCOVICI (Serge). *La psychanalyse, son image et son public.* Paris : Presses Universitaires de France, 1976, 506p.

PLATON. *La République*. Livre III. (trad. E. Chambry). Paris: Les Belles Lettres, 1934, 490p.

CONTEXTE POLITIQUE DE LA FRANCE ET L'ARGENTINE

Articles de revue et livres

ALONSO (María E.), **ELISALDE** (Roberto) et **VÁZQUEZ** (Enrique). *Historia: La Argentina del siglo XX*. Buenos Aires: Aique, 1997, 238p.

AVRIL (Pierre). Enchantement et désenchantement constitutionnels sous la Ve République. *Pouvoirs, 126,* 2008, pp. 5-16.

BERSTEIN (Serge) et **MILZA** (Pierre). *Histoire de la France au XXe siècle de 1974 à nos jours.* Bruxelles : Editions Complexe, 2006, 456p.

CLAUDE Gérard. Chirac « l'Africain ». Dix ans de politique africaine de la France, 1996-2006. *Politique étrangère, 4,* 2007, 905-918.

CRESPO (Ismael), **GARRIDO** (Antonio) et **RIORDA** (Mario). *La Conquista del Poder. Elecciones y campañas presidenciales en América Latina*. Buenos Aires: La Crujía, 2008, 269p.

DUHAMEL (Olivier). Une démocratie à part. *Pouvoirs, 126,* 2008, pp. 17-25.

FRANÇOIS (Bastien). *Le régime politique de la Ve République*. Paris : Editions de la Découverte, 2004, 123p.

FRANÇOIS (Bastien). Président de la République *in* J. Garrigues (dir.). *La France de la V^{ème} République. 1958-2008.* Paris : Armand Collin, 2008, pp. 505-519.

GARRIGUES (Jean). (dir.). *La France de la Ve République. 1958-2008.* Paris : Armand Collin, 2008, 628p.

GERBAL (Florence). *Les Présidents de la V*ème *République. Jacques Chirac 1995.* Paris : la Ferté Saint Aubin, 1999, 115p.

GIESBERT (Franz-Olivier). *Jacques Chirac.* Paris: Éditions du Seuil, 1987, 453p.

MARTINET (Gilles). *Les clés de la Ve République : De Gaulle, Pompidou, Giscard d'Estaing, Mitterrand, Chirac : essai ; suivi de Mendès France, le contre-exemple.* Paris : Seuil, 2002, 155p.

MASSUN (Ignacio). *Menem. Cirugía sin anestesia.* Buenos Aires: Métodos, 1999, 256p.

MAYAFFRE (Damon). *Paroles de président. Jacques Chirac (1995-2003) et le discours présidentiel sous la Ve République*. Paris : Honoré Champion, 2004, 291p.

MICHAUD (Yves). *Chirac dans le texte. La parole et l'impuissance*. Paris : Editions Stock, 2004, 373p.

MOÎSI (Dominique). De Mitterrand à Chirac. Politique étrangère, 4, 1995, pp. 849-855.

PÉAN (Pierre). *L'inconnu de l'Elysée.* Paris : Fayard, 2007, 516p.

QUESADA SÁENZ (María). *La Argentina. Historia del país y su gente.* Buenos Aires: Editorial Sudamericana, 2001, 765p.

QUEVEDO (Luis Alberto). « Política, medios y cultura en la Argentina de fin de siglo » *in* D. Filmus (comp.). *Los noventa. Política, sociedad y cultura en América Latina y Argentina de fin de siglo.* Buenos Aires: Eudeba, 1999, pp. 201-225.

ROMERO (Luis Alberto). *Breve Historia Contemporánea de la Argentina.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina, 1994, 414p.

D'autres sources

Article du *Figaro.* **(**Philippe Goulliaud). Chirac, un fauve politique, 20/11/2007.

Article de *La Nación.* Molestia oficial por las sátiras al Presidente, 27/06/2001.

Article de *Los Andes*. Preocupa al Gobierno que Tinelli satirice al Presidente, 27/06/2001.

Article de *La Nación*. Unánime rechazo a las críticas de la Presidenta a Sábat, 3/04/2008

Article de *La Nación*. (H. Alconada Man). Siemens admitió que pagó coimas en el país, 16/12/2008.

Article de *La Nación*. Revés judicial para Menem en la causa de Río Tercero, 3/04/2009.

Article de *La Nación*. María Julia Alsogaray se negó a entregar la escritura de su petit hotel de Recoleta, 18/08/2009.

Article de *La Nación.* Confirman un procesamiento a Menem, que quedó más cerca de otro juicio oral, 4/12/2009.

Article de *La Nación*. Confirman los procesamientos de Menem, Galeano y Palacios por encubrimiento del atentado a la AMIA, 22/03/2010.

Article de *Clarín* (Marta Platía). Desprocesaron a Menem por la explosión de Río Tercero, 28/08/2010.

Clarín, La Nación et Página/12 du 2-4/04/2008.

Constitución de la Nación Argentine.

FERRACI. S. Documentaire *Les années Chirac. Histoire de la Présidence de 1995 à 2007*. TF1, 2007, 68p.

RUDY. *Chistes de Carlitos. El humor en los tiempos de Menem.* Buenos Aires: Ediciones de la Flor, 1993.

Supplément du *Monde.* Jacques Chirac ou Sisyphe à l'Elysée, 13/03/2007.

DICTIONNAIRES, ENCYCLOPÉDIES

BEAUZÉE (Nicolas) et **MARMONTEL** (Jean-François). *Dictionnaire de Grammaire et de Littérature, Encyclopédie méthodique*. Liège : tome 4, 1789, 816p.

CHARAUDEAU (Patrick) **MAINGUENEAU** (Dominique) et **ADAM** (Jean-Michel). *Dictionnaire d'analyse du discours.* Paris : Éditions du Seuil, 2002, 661p.

Compact Oxford English Dictionary. Oxford: Oxford University Press, 1991.

Concise Oxford Dictionary. Oxford: Oxford University Press, 2001.

Diccionario de la lengua española. Madrid: Espasa-Calpe, 2005.

Diccionario de la Real Academia Española. Madrid: Espasa Calpe, 1992.

Dictionary.com Unabridged (v 1.1). URL: http://dictionary.reference.com.

DUCROT (Oswald) et **TZVETAN** (Todorov). *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*. Paris : Éditions du Seuil, 1993, 479p.

Le Grand Larousse Universel. Paris : Larousse, 1983.

Le Robert Micro. Paris : Editions Le Robert, 1998.

Le Nouveau Petit Robert de la langue française. Paris : Editions Le Robert, 2009.

LEWANDOWSKI (Theodor). *Diccionario de lingüística.* Madrid: Cátedra, 1995, 447p.

MOLINIÉ (Georges). *Dictionnaire de rhétorique.* Paris : Librairie Générale Française, 1992, 351p.

MORIER (Henri). *Dictionnaire de Poétique et de Rhétorique*. Paris : Presses Universitaires de France, 1989, 1320p.

REY (Alain) et **CHANTREAU** (Sophie). *Dictionnaire des Expressions et locutions*. Paris : Les Usuels du Robert. Paris : Editions Le Robert, 1997, p. 482.

REY (Alain) (dir.). *Dictionnaire culturel en langue française*. Paris: Editions Le Robert, 2002.

The New Encyclopaedia Britannica, 2007.

Table des matières

Liste des abréviations **13**

Introduction **15**

PREMIÈRE PARTIE : Communiquer la politique à travers le risible : la presse satirique contemporaine. Cadre théorique **31**

Chapitre 1 : Formes du risible **33**
1.1 Le rire, le risible et le comique 34
1.2 Théories du comique et du rire 35
1.2.1 La théorie de la supériorité 36
1.2.2 La théorie de la décharge psychique 38
1.2.3 La théorie de l'incongruité 39
1.2.4 D'autres apports théoriques 41
1.3 A propos des formes du risible 43
1.3.1 La difficile tâche de définir les concepts clés : l'humour, le comique, le mot d'esprit et la satire, dans les dictionnaires 43
1.3.2 L'humour et le comique : différencier deux notions vaguement définies et souvent confondues 46
1.3.3 Le wit anglais, le mot d'esprit français, le witz allemand 49
1.3.4 La parodie et le pastiche 51
1.3.5 Le burlesque et le grotesque 53
1.3.6 L'ironie 55
1.3.7 Le nonsense ou le comique de l'absurde 57
1.3.8 La satire 58
1.4 Procédés comiques 60
1.4.1 Théorie des Scripts Sémantiques de l'Humour 61
1.4.2 Théorie Générale de l'Humour Verbal 62
1.4.3 Le jeu, l'agressivité et l'absurde, à propos de Boris Vian 63
1.4.4 Les trois procédés basiques identifiés par Henri Bergson 64
1.4.5 Une approche énonciative des procédés comiques 65
1.5 Récapitulatif 66

Chapitre 2 : L'image médiatique de l'homme politique : autour de la visibilité et la personnalisation **69**
2.1 L'exercice politique personnifié et personnalisé : Vedettisation et spectacularisation 70

2.2 Image, représentation, image médiatique 73
2.3 L'*ethos*, un entrecroisement de regards 74
2.4 Les apports de la psychologie politique pour l'étude de l'image de l'homme politique 76
2.5 Du reflet du réel à la construction médiatique 79
2.6 Récapitulatif 81

Chapitre 3 : La satire et la caricature politiques : déconstruire pour reconstruire .. 85
3.1 La satire à l'heure actuelle 85
3.2 Principes basiques de la satire 88
3.3 La satire politique écrite, la satire politique visuelle 91
3.3.1 Dessin de presse, dessin humoristique ou caricature politique ? 92
3.3.2 Traits caractéristiques de la caricature politique 92
3.3.3 Après la caricature, le *strip* politique 95
3.3.4 Eléments constitutifs de la caricature à une ou plusieurs vignettes 96
3.3.5 Vers un modèle triadique pour l'étude de la caricature politique à une ou plusieurs vignettes en tant que discours hybride et symbiotique 97
3.3.6 Deux journaux avec des convergences 98
3.3.6.1 Le Canard enchaîné, un cas d'anachronisme 101
3.3.6.2 Sátira/12, le supplément satirico-humoristique de la post-dictature 105
3.4 Récapitulatif 108

RÉCAPITULATIF DE LA PREMIÈRE PARTIE 111

DEUXIÈME PARTIE : Poser les bases théorico-méthodologiques et contextuelles de la recherche 113

Chapitre 4 : Une approche semio-linguistique et rhetorico-stylistique du verbal et du visuel dans la presse satirique 115
4.1 Un carrefour de courants théoriques pour l'étude des matérialités langagières du discours satirico-humoristique 115
4.2 Un langage, un code, une grammaire humoristique ? 116
4.3 Le verbal et le visuel, le linguistique et l'icono-plastique 119
4.3.1 L'approche intégrationnelle 120
4.3.2 Autour du rapport « texte-image » 122
4.4 Rhétorique et stylistique 123
4.4.1 Une rhétorique appliquée à l'image 124
4.4.2 Les figures rhétoriques ou de style 125
4.5 Les stratégies discursives dans la presse satirique 133
4.5.1 La richesse d'un regard issu de la théorie de l'énonciation 133
4.5.2 Un contrat de lecture de complicité 134
4.5.3 La théorie de l'intertextualité 135
4.5.4 Une perspective polyphonique 137
4.5.5 L'ironie énonciative, l'ironie polyphonique 138
4.5.6 Une approche pragmatique de l'*ethos* ironique, satirique, parodique et humoristique 138
4.5.7 Le jeu énonciatif fondé dans l'implicite 139
4.5.8 Les compétences du lecteur 141
4.6 Récapitulatif 142

Chapitre 5 : Approche pluriméthodologique de l'objet d'étude : objectifs, corpus et système catégoriel 145
5.1 Objectifs de la thèse 145
5.2 Les journaux comme objet d'étude 147
5.2.1 Délimitation du corpus 147
5.2.1.1 Les titres et images comme unités d'analyse 148
5.2.1.2 Les sections du journal 148
5.2.1.3 Les périodes d'analyse 148
5.2.2 Parcours méthodologique 149
5.2.2.1 Analyse sémio-linguistique et rhétorico-stylistique 149
5.2.2.2 Analyse de contenu et processus de codification 151
5.2.2.3 Analyses statistiques 151
5.2.2.4 Analyses comparatives 155
5.2.3 Processus de dimensionnalisation et catégorisation 155
5.2.3.1 La construction d'une séquence de grilles d'analyse 157
5.3 Dimensions et catégories d'analyse des titres et des images du *Canard enchaîné* en tant que corpus de référence 161
5.3.1 Dimensions de caractérisation communes aux titres et images 161
5.3.1.1 La période 161
5.3.2 Dimensions de caractérisation exclusives aux titres 161
5.3.2.1 Le type de titre 161
5.3.3 Dimensions de caractérisation exclusives aux images 163
5.3.3.1 Le type d'image 163
5.3.3.2 La page 163
5.3.3.3 L'emplacement 163
5.3.3.4 L'auteur 164
5.3.4 Dimensions de contenu communes aux titres et images 164
5.3.4.1 Les personnages 164
5.3.4.2 La thématique abordée 165
5.3.4.3 Les traits de caractère 166
5.3.4.4 Les rapports construits entre les personnages 175
5.3.5 Dimensions de contenu exclusives aux images 176
5.3.5.1 Les goûts et habitudes 176
5.3.6 Dimensions de la forme communes aux titres et images 176
5.3.6.1 Le registre de langue 176
5.3.6.2 Les figures rhétoriques 177
5.3.6.3 Les références culturelles 181
5.3.7 Dimensions de la forme exclusives aux images 184
5.3.7.1 Les actions 184
5.3.7.2 Les gestes 185
5.3.7.3 Les activités réalisées 185
5.3.7.4 La posture du corps 185
5.3.7.5 Les expressions faciales des émotions 185
5.3.7.6 La prise de parole 186
5.3.7.7 La proxémique 186
5.3.7.8 Les vêtements 186
5.3.7.9 La position énonciative 188
5.3.7.10 Le décor 189
5.4 Les membres des journaux comme objet d'étude 190
5.4.1 Entretiens semi-directifs 190
5.4.1.1 Objectifs des guides d'entretien 190
5.4.1.2 Les personnes interviewées 191

5.4.2 Observation participante 192
5.5 Récapitulatif 192

Chapitre 6 : Cadre contextuel pour la France et l'Argentine 193
6.1 Régimes politiques en France et en Argentine : le statut du Président de la République 193
6.1.1 Le pouvoir exécutif en France : un cas particulier 193
6.1.2 Le régime présidentiel en Argentine 195
6.2 La biographie de Jacques Chirac, quarante ans de parcours politique 196
6.3 Les présidences de Jacques Chirac : contexte socio-politique 199
6.3.1 Lé début du mandat présidentiel, en 1995 199
6.3.2 La dissolution de l'Assemblée Nationale, en 1997 201
6.3.3 La réélection, en 2002 202
6.3.4 Le référendum sur la Constitution européenne, en 2005 203
6.4 La biographie de Carlos Menem, un homme qui a marqué l'histoire de l'Argentine.. 206
6.5 Les présidences de Carlos Menem : contexte socio-politique 208
6.5.1 La conquête du pouvoir national, en 1989 208
6.5.2 La réélection, en 1995 210
6.6 Récapitulatif 211

RÉCAPITULATIF DE LA DEUXIÈME PARTIE 213

TROISIÈME PARTIE : Deux corpus composites : le corpus de référence et le corpus d'application. Résultats d'analyse 215

Chapitre 7 : Analyse des titres du *Canard enchaîné* 219
7.1 Distribution des titres selon les dimensions de caractérisation, contenu et forme . 220
7.1.1 Dimensions de caractérisation 221
7.1.1.1 La période 221
7.1.1.2 Le type de titre 221
7.1.2 Dimensions qui correspondent au niveau du contenu 222
7.1.2.1 Les personnages 222
7.1.2.2 Les thématiques abordées 223
7.1.2.3 Les rapports des personnages 224
7.1.2.4 Les traits de caractère du personnage 224
7.1.3 Dimensions qui correspondent au niveau de la forme 228
7.1.3.1 Registre de langue 228
7.1.3.2 Les figures rhétoriques 229
7.1.3.3 Les références culturelles 230
7.2 Distribution des titres selon la période et le type de titre pour différentes dimensions de contenu et de forme 232
7.2.1 Les personnages 234
7.2.2 Les thématiques abordées 235
7.2.3 Les traits de caractère négatifs du personnage 236
7.2.4 Les références culturelles 237
7.3 Association des catégories à l'intérieur des macro-dimensions d'analyse 238
7.3.1 La dimension sur les traits de caractère 238
7.3.2 La dimension sur les figures rhétoriques 241
7.3.3 La dimension sur les références culturelles 243
7.4 Analyse des associations entre plusieurs dimensions d'analyse 245

7.4.1 Quels personnages pour quelles thématiques (et vice-versa)? 245
7.4.2 Les rapports des personnages des titres 247
7.4.3 Des figures rhétoriques spécifiques en fonction des traits de caractère présentés (et vice-versa)? 248
7.5 Analyse des associations entre toutes les dimensions et ses catégories 250
7.6 Conclusions 252

Chapitre 8 : Analyse des images du *Canard enchaîné* 257
8.1 Distribution des images selon les dimensions de caractérisation, contenu et forme 258
8.1.1 Dimensions de caractérisation 259
8.1.1.1 La période 259
8.1.1.2 Le type d'image 260
8.1.1.3 La page 260
8.1.1.4 L'emplacement 261
8.1.1.5 L'auteur 261
8.1.2 Dimensions du contenu 262
8.1.2.1 Les personnages 262
8.1.2.2 Les thématiques abordées 263
8.1.2.3 Les rapports entre les personnages 264
8.1.2.4 Les goûts et habitudes du personnage 264
8.1.2.5 Les traits de caractère du personnage 265
8.1.3 Dimensions de la forme 268
8.1.3.1 Actions, gestes et activités réalisées par le personnage 268
8.1.3.2 Posture du corps du personnage 269
8.1.3.3 Expressions faciales des émotions du personnage 269
8.1.3.4 Prise de parole du personnage 270
8.1.3.5 Vêtements du personnage 271
8.1.3.6 Décor représenté 271
8.1.3.7 Proxémique entre les personnages 272
8.1.3.8 Position énonciative du personnage 272
8.1.3.9 Registre de langue 273
8.1.3.10 Les figures rhétoriques 274
8.1.3.11 Les références culturelles 276
8.2 Distribution des images selon la période et l'auteur pour différentes dimensions de contenu et de forme 279
8.2.1 Les personnages 281
8.2.2 Les thématiques abordées 282
8.2.3 Les rapports des personnages 282
8.2.4 Les traits de caractère négatifs et positifs du personnage 282
8.2.5 Les actions 283
8.2.6 La posture du corps et les gestes 283
8.2.7 Les expressions faciales des émotions 283
8.2.8 La prise de parole et la position énonciative 284
8.2.9 Les vêtements 284
8.2.10 Lé décor 284
8.2.11 Le registre de langue et les figures rhétoriques linguistiques 285
8.2.12 Les références culturelles 285
8.3 Analyse des associations des catégories à l'intérieur des dimensions d'analyse 286
8.3.1 La dimension portant sur les traits de caractère 287
8.3.2 La dimension portant sur les figures rhétoriques 290
8.3.2.1 AFCM avec les figures linguistiques comme variables actives 290

8.3.2.2 AFCM avec les figures icono-plastiques comme variables actives 293
8.3.3 La dimension portant sur les références culturelles 295
8.3.3.1 AFCM avec les références culturelles linguistiques comme variables actives 295
8.3.3.2 AFCM avec les références culturelles icono-plastiques comme variables actives 296
8.4 Analyse des associations entre plusieurs dimensions d'analyse 297
8.4.1 Le personnage : représentation visuelle, position énonciative et présence d'autres personnages 297
8.4.2 Les personnages, leurs rapports, leur proxémique et les thématiques abordées 300
8.4.3 Des figures rhétoriques spécifiques en fonction des traits de caractère présentés (et vice-versa)? 303
8.5 Analyse des associations entre toutes les dimensions et ses catégories 305
8.6 Conclusions 309

Chapitre 9 : Analyse des titres de *Sátira/12* 315
9.1 Distribution des titres selon les dimensions de caractérisation, contenu et forme 315
9.1.1 Dimensions de caractérisation 316
9.1.1.1 La période 316
9.1.1.2 Le type de titre 317
9.1.2 Dimensions qui correspondent au niveau du contenu 317
9.1.2.1 Les personnages 317
9.1.2.2 Les thématiques abordées 318
9.1.2.3 Les rapports des personnages 319
9.1.2.4 Les traits de caractère du personnage 319
9.1.3 Niveau de la forme 323
9.1.3.1 Registre de langue 323
9.1.3.2 Les figures rhétoriques 324
9.1.3.3 Les références culturelles 327
9.1.4 Tendance observée des comparaisons réalisées 330
9.2 Conclusions 332

Chapitre 10 : Analyse des images de Sátira/12 335
10.1 Distribution des images selon les dimensions de caractérisation, contenu et forme 335
10.1.1 Dimensions de caractérisation 337
10.1.1.1 La période 337
10.1.1.2 Le type d'image 337
10.1.1.3 La page 337
10.1.1.4 L'emplacement 337
10.1.1.5 L'auteur 338
10.1.2 Dimensions du contenu 338
10.1.2.1 Les personnages 338
10.1.2.2 Les thématiques abordées 339
10.1.2.3 Les rapports entre les personnages 340
10.1.2.4 Les goûts et habitudes du personnage 341
10.1.2.5 Les traits de caractère du personnage 341
10.1.3 Dimensions de la forme 345
10.1.3.1 Actions, gestes et activités réalisées par le personnage 345
10.1.3.2 Posture du corps du personnage 346
10.1.3.3 Expressions faciales des émotions du personnage 347

10.1.3.4 Prise de parole du personnage 347
10.1.3.5 Vêtements du personnage 348
10.1.3.6 Décor représenté 348
10.1.3.7 Proxémique entre les personnages 349
10.1.3.8 Position énonciative du personnage 350
10.1.3.9 Registre de langue 350
10.1.3.10 Les figures rhétoriques 351
10.1.3.11 Les références culturelles 357
10.1.4 Tendance observée des comparaisons réalisées 362
10.2 Conclusions 364

RÉCAPITULATIF DE LA TROISIÈME PARTIE 369

QUATRIÈME PARTIE : Le traitement de la figure présidentielle. La construction du personnage. Résultats d'analyse 371

Chapitre 11 : Les recours de l'humour et de la satire politiques 373
11.1 Absurde, canular, ironie et parodie : piliers de l'humour écrit de Sátira/12 374
11.1.1 Objectifs, corpus et méthodologie 374
11.1.2 Résultats 374
11.1.2.1 Appels de Une 374
11.1.2.2 L'antiphrase 375
11.1.2.3 Pluralité de voix dans les titres ironiques 376
11.1.2.4 Vraisemblable dans la forme, invraisemblable dans le contenu 379
11.1.3 Conclusions partielles 381
11.2 L'interaction linguistique et icono-plastique dans la production des caricatures politiques dans Le Canard enchaîné et Sátira/12 382
11.2.1 Objectifs et corpus 382
11.2.2 Méthodologie 383
11.2.2.1 Processus de catégorisation et codification 383
11.2.2.2 Analyses statistiques 385
11.2.3 Résultats 386
11.2.3.1 Distribution des dimensions d'analyse, selon le journal 386
11.2.4 Analyse Factorielle de Correspondances Multiples 387
11.2.4.1 Analyse de Classification Hiérarchique Ascendante 388
11.2.5 Conclusions partielles 394
11.3 Procédés satirico-humoristiques des titres et des images du Canard enchaîné et de Sátira/12 395
11.3.1 Procédés linguistiques et/ou icono-plastiques 397
11.3.1.1 Jeux sur les signifiants 397
11.3.1.2 Jeux sur le rapport signifiant-signifié ou jeux de sens en général et jeux sur l'accumulation des signes 398
11.3.2 Procédés discursifs 402
11.3.2.1 Exagération dans la représentation d'une situation 402
11.3.2.2 Jeux avec des procédés d'énonciation 403
11.3.2.3 Jeux sur le sémantisme des signes 405
11.3.2.4 Jeux sur le registre de langue 410
11.3.2.5 Des références culturelles, au croisement des procédés discursifs 410
11.3.3 Convergence entre des traits de caractère et des procédés 411
11.3.4 Conclusions partielles 414

11.4 En guise de conclusion : le genre satirico-humoristique, entre engagement et désengagement 415

Chapitre 12 : Le portrait du Président 421
12.1 Techniques pour compenser le positif 421
12.2 Le phénomène de personnalisation à travers les traits de caractère 426
12.2.1 Jacques Chirac dans les titres du *Canard enchaîné* 427
12.2.1.1 Analyse Factorielle de Correspondances Simples: des traits de caractère selon les périodes 428
12.2.1.2 Un ethos de deuxième ordre 431
12.2.2 Jacques Chirac dans les images du *Canard enchaîné* 432
12.2.2.1 Analyse Factorielle de Correspondances Simples: des traits de caractère selon les périodes 433
12.2.2.2 Un ethos de deuxième ordre 436
12.2.3 Carlos Menem dans les titres de *Sátira/12* 437
12.2.4 Carlos Menem dans les images de *Sátira/12* 438
12.2.5 Un ethos de deuxième ordre 440
12.3 Créer un personnage 440
12.3.1 Le personnage Chirac du *Canard enchaîné* 441
12.3.1.1 Exagération plastique du personnage 443
12.3.1.2 « Je n'ai rien créé, moi » 445
12.3.2 Le portrait journalistique de Jacques Chirac 446
12.3.3 Le personnage Menem de *Sátira/12* 448
12.3.3.1 Exagération plastique du personnage 449
12.3.4 Quelques traits pour un portrait composite de Carlos Menem 450
12.3.5 Limites dans la charge présidentielle 451
12.4 En guise de conclusion : l'image présidentielle, résultat d'un processus de stéréotypisation 453

RÉCAPITULATIF DE LA QUATRIÈME PARTIE 457

Conclusions et discussion 459

Perspectives de recherche 468

Bibliographie 469

Table des matières 495

UNIVERSITÉ DE PARIS IV SORBONNE – CELSA
École Doctorale 5, EA 1498

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
Facultad De Ciencias Sociales

|__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|
(N° d'enregistrement attribué par la bibliothèque)

T H È S E

pour obtenir le grade de

DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ PARIS IV EN
SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ DE BUENOS AIRES EN
SCIENCES SOCIALES

Titre **: La construction de l'image présidentielle dans la presse satirique : vers une grammaire de l'humour. Jacques Chirac dans l'hebdomadaire français *Le Canard enchaîné* et Carlos Menem dans le supplément argentin *Sátira/12***

ANNEXES

présentée et soutenue publiquement par

Mme. Ana Mercedes PEDRAZZINI

le 14 décembre 2010

Sous la direction de **:**

Mme. Françoise BOURSIN, professeur, Université de Paris IV Sorbonne – CELSA

M. Horacio GONZÁLEZ, professeur, Universidad de Buenos Aires

QUERIDA ANA:
ESTE SOY YO
MODELO 2010
Peñi

CHÈRE
ANA !
René
PETILLON

Table des matières

Annexe 1. Associée au chapitre 1 : Formes du risible 511
1.1. La satire, l'humour, le comique, le mot d'esprit, le rire et le risible dans les dictionnaires 511
1.1.1. Satire 511
1.1.2. Humour 513
1.1.3. Comique 517
1.1.4. Mot d'esprit 518
1.1.5. Risible 520
1.1.6. Rire 521
1.2. Quelques classements des formes du risible 524

Annexe 2. Associée au chapitre 2 : L'image médiatique de l'homme politique : autour de la visibilité et la personnalisation 529
2.1. Les apports de la psychologie politique pour l'étude de l'image de l'homme politique 529

Annexe 3. Associée au chapitre 3 : Une approche semio-linguistique et rhetorico-stylistique du verbal et du visuel dans la presse satirique 531
3.1. Les figures rhétoriques ou de style 531
3.2. Les stratégies discursives dans la presse satirique 533
3.2.1. Une approche pragmatique de l'*ethos* ironique, satirique, parodique et humoristique 533

Annexe 4. Associée au chapitre 5 : Approche pluriméthodologique de l'objet d'étude : objectifs, corpus et système catégoriel 535
4.1. Grilles d'analyse 536
4.2. Tableaux de dimensions, variables et modalités d'analyse 551
4.3. La macro-dimension sur les traits de caractère de l'homme politique 563
4.4. Le logiciel SPAD.N 567
4.5. Guides d'entretien 576
4.5.1. Pour les dessinateurs du *Canard enchaîné* 576
4.5.2. Pour les journalistes du *Canard enchaîné* 578
4.6. Rapport des entretiens 579
4.6.1. Vision sur la satire politique, la caricature politique et leur rapport avec la représentation de la figure présidentielle 579
4.6.2. Vision sur *Le Canard enchaîné* 583
4.6.3. Mode de travail avec *Le Canard enchaîné* 586
4.7. Un jour de bouclage au Canard enchaîné 589

Annexe 5. Associée au chapitre 7 : Analyse des titres du *Canard enchaîné* 592
5.1. Distribution des titres selon la période et le type de titre pour de différentes dimensions de contenu et de forme 592

5.1.1. Les personnages 592
5.1.2. Les thématiques abordées 593
5.1.3. Les traits de caractère du personnage 593
5.1.4. Les références culturelles 594
5.2. Association des catégories à l'intérieur des macro-dimensions d'analyse 595
5.2.1. La dimension portant sur les traits de caractère 596
5.2.2. La dimension sur les figures rhétoriques 597
5.2.3. La dimension portant sur les références culturelles 600
5.3. Analyse des associations entre plusieurs dimensions d'analyse 603
5.3.1. Quels personnages pour quelles thématiques (et vice versa)? 603
5.3.2. Les rapports des personnages dont on fait référence dans les titres 605
5.3.3. Des figures rhétoriques spécifiques en fonction des traits de caractère présentés (et vice versa)? 606
5.4. Analyse des associations entre toutes les dimensions et ses catégories 609

Annexe 6. Associée au chapitre 8 : Analyse des images du *Canard enchaîné* 614
6.1. Distribution des images selon la période et l'auteur pour différentes dimensions de contenu et de forme 614
6.1.1. Les personnages 614
6.1.2. Les thématiques abordées 615
6.1.3. Les rapports des personnages 615
6.1.4. Les traits de caractère négatifs du personnage 615
6.1.5. Les traits de caractère positifs du personnage 617
6.1.6. Les actions 617
6.1.7. La posture du corps, les gestes et la proxémique 617
6.1.8. Les expressions faciales des émotions 618
6.1.9. La prise de parole et la position énonciative 619
6.1.10. Les vêtements 619
6.1.11. Lé décor 619
6.1.12. Le registre de langue et les figures rhétoriques linguistiques 620
6.1.13. Les types de références culturelles mixtes 620
6.1.14. Les thèmes de références culturelles mixtes 621
6.1.15. L'échelle de références culturelles mixtes 621
6.1.16. Le mode de références culturelles mixtes 622
6.1.17. Le type de savoir de références culturelles mixtes 622
6.2. Analyse des associations des catégories à l'intérieur des dimensions d'analyse 622
6.2.1. La dimension sur les traits de caractère 622
6.2.2. La dimension sur les figures rhétoriques 624
6.2.3. La dimension sur les références culturelles 630
6.3. Analyse des associations entre plusieurs dimensions d'analyse 635
6.3.1. Le personnage : représentation graphique, position énonciative et présence d'autres personnages 635
6.3.2. Les personnages, leurs rapports, leur proxémique et les thématiques abordées 638
6.3.3. Des figures rhétoriques spécifiques en fonction des traits de caractère présentés (et viceversa)? 640
6.4. Analyse des associations entre toutes les dimensions et ses catégories 644

Annexe 7. Associée au chapitre 11 : Les recours de l'humour et de la satire politiques 649
7.1. L'interaction linguistique et icono-plastique dans la production des caricatures politiques dans Le Canard enchaîné et Sátira/12 649

Annexe 8. Associée au chapitre 12 : Le portrait du Président 653
8.1. Techniques pour compenser le positif 653
8.1.1. La guerre en Irak 653
8.2. Le phénomène de personnalisation à travers les traits de caractère 655
8.2.1. Analyse Factorielle de Correspondances Simples: des traits de caractère selon les périodes 655
8.3. Créer un personnage 657
8.3.1. Jacques Chirac, pour les membres du *Canard enchaîné* 657
8.3.2. Carlos Menem, pour les membres de *Sátira/12* 658

Annexe 9. Liste de publications effectuées à partir de la recherche doctorale 661

Associée au chapitre 1 : Formes du risible

La satire, l'humour, le comique, le mot d'esprit, le rire et le risible dans les dictionnaires

Une enquête terminologique des concepts clés dans le champ du risible selon qu'ils apparaissent dans les dictionnaires et encyclopédies, nous fournira une première approche du sujet. Et nous le ferons dans trois langues : le français, l'espagnol et l'anglais pour analyser si les définitions varient selon la culture linguistique d'appartenance. Cette enquête sera ensuite enrichie avec l'analyse de quelques ouvrages qui se sont attachés à définir et caractériser les phénomènes de ce champ d'étude.

Satire

Satire

Dictionnaire étymologique - Trésor de la Langue Française informatisé
« Empr. (A étant une forme demi-sav.) au lat. *satura*, var. *satira* (d'orig. incertaine, Ern.-Meillet), terme pop. appliqué à toutes sortes de « mélanges » [plat garni de diverses sortes de fruits et de légumes; ragoût], spéc. « pot-pourri scénique [B 1]; réunion de pièces didactiques variées de sujets et de mètres [Ennius]; [dep. Lucilius, 103 av. J.-C.; B 2 a] poème critiquant les vices (…)".

Trésor de la Langue Française informatisé
« A. − *HIST. LITTÉR.* Écrit dans lequel l'auteur fait ouvertement la critique d'une époque, d'une politique, d'une morale ou attaque certains personnages en s'en moquant. (…)
1. *LITT. LAT.* Œuvre en prose et en vers (mètres mêlés ou uniformes) attaquant et tournant en ridicule les mœurs de l'époque (…).
2. *LITT. FR.* a) [Au xvie s.] Écrit mêlant vers et prose et s'attaquant aux mœurs publiques. La Satire Ménippée. Pièce de vers dirigée contre la Ligue et en faveur d'Henri IV. (…). b) [À partir du xviie s.] Œuvre en vers dans laquelle le poète tourne en dérision les défauts et les vices d'une personne (souvent en la nommant), d'une société, d'une institution. (…).

B. − P. ext. Toute œuvre écrite, chantée, peinte, tout propos comportant une raillerie, une critique virulente ».

Le Robert Micro. 1998. 2ème édition.
1. « Poème où l'auteur attaque les vices, les ridicules de ses contemporains. Les satires de Boileau. 2. Ecrit, discours qui s'attaque à quelque chose, à quelqu'un, en se moquant.=> **Pamphlet**. – Critique moqueuse.

Grand Larousse Universel, 1983, vol. 13.
« 1. Pièce de vers où l'auteur attaque les vices et les ridicules de son temps. 2. Pamphlet ordinairement mêlé de prose et de vers, dans lequel on s'attaque aux mœurs publiques. 3. Ecrit, propos, œuvre par lesquels on raille vivement qqn ou qqch : Ce film est une satire des mœurs commerciales. 4. Critique moqueuse plus ou moins acerbe : Faire la satire du monde de la télévision. (…) ».

Sátira

Diccionario de la Real Academia Española. Madrid: 1992, 21° edición.
"Composición poética u otro escrito cuyo objeto es censurar acremente o poner en ridículo personas o cosas. 2. Discurso o dicho agudo, picante y mordaz, dirigido a este mismo fin".
Diccionario de la lengua española. Madrid: Espasa-Calpe S.A., 2005.
"1. f. Escrito donde se censura o pone en ridículo algo o a alguien: escribió una sátira contra el clero. 2. Obra o dicho agudo, picante o mordaz: su película era una sátira contra la dictadura".

Satire

Dictionary.com Unabridged (v 1.1)
"–noun
1. the use of irony, sarcasm, ridicule, or the like, in exposing, denouncing, or deriding vice, folly, etc.
2. a literary composition, in verse or prose, in which human folly and vice are held up to scorn, derision, or ridicule.
3. a literary genre comprising such compositions. (…)".

Compact Oxford English Dictionnary
" • **noun 1.** the use of humour, irony, exaggeration, or ridicule to expose and criticize people's stupidity or vices. **2.** a play, novel, etc. using satire. **3.** (in Latin literature) a literary miscellany, especially a poem ridiculing prevalent vices or follies".

Cambridge Dictionnary On line
"noun [C or U]
a way of criticizing people or ideas in a humorous way, or a piece of writing or play which uses this style:
political satire

Her play was a biting/cruel satire on life in the 80s".

Le terme *satire* vient du latin populaire *satura* et on l'utilisait pour faire référence à toute sorte de mélanges, tels qu'un plat garni de fruits et légumes ou une « réunion de pièces didactiques variées de sujets et de mètres ». On retrouve cette idée de mélange dans les supports par lesquels la satire circule : au début on l'appliquait à un écrit en vers ou en prose, plus tard il a été élargi pour comprendre aussi un discours et une œuvre chantée ou peinte.

Dans la satire on critique, on dénonce, on se moque, on ridiculise les défauts et les vices d'une époque, d'une politique, d'une morale, d'une personne, d'une institution, d'une société. Les acceptions en français utilisent davantage le verbe « attaquer » et le terme apparaît liée à celui de « pamphlet » : « texte court et violent contre les institutions, un personnage connu » (*Le Micro Robert*). Il y a donc une connotation d'agression, de violence associée.

En espagnol c'est le verbe « censurer » celui qui prédomine : on censure ou ridiculise quelqu'un ou quelque chose. Les définitions anglaises mentionnent les éléments/techniques dont la satire se sert : l'ironie, le sarcasme, l'humour, l'exagération, le ridicule. L'œuvre satirique est « aigue, piquante, mordante ».

Humour

Humour

Dictionnaire étymologique - Trésor de la Langue Française informatisé
« Étymol. et Hist. 1693 *humeur* trad. de l'angl. *humour* (…). Empr. à l'angl. *humour*, lui-même empr. en a. fr. à *humeur** avec les mêmes significations, et qui a pris au xvii^{e} s., à partir du sens de « tendance, inclination, trait de caractère », celui de « tempérament enjoué, gaîté, aptitude à voir ou à faire voir le comique des choses », à rapprocher du développement semblable du fr. *humeur* à la même époque (…) ».

Trésor de la Langue Française informatisé
« Forme d'esprit railleuse qui attire l'attention, avec détachement, sur les aspects plaisants ou insolites de la réalité (…).
* Avoir le sens de l'humour. Savoir manier et/ou accepter l'humour, l'ironie ».

Le Robert Micro. 1998. 2ème édition.
« Forme d'esprit qui consiste à dégager les aspects plaisants et insolites de la réalité, avec un certain détachement. *L'humour britannique. Humour noir*, qui s'exerce à propos de graves, voire de macabres situations».

Grand Larousse Universel, 1983.
«1. Forme d'esprit qui s'attache à souligner le caractère comique, ridicule, absurde ou insolite de certains aspects de la réalité ; marque de cet esprit dans un discours, un texte, un dessin, etc. (…) 2. Caractère d'une situation, d'un événement qui, bien que comportant un inconvénient, peut prêter à rire (…).

-Encycl. Littér. « Il y a un lien sémantique, évident en anglais qui ne connaît que le mot humour, entre humour et humeur. La bonne humeur est, pour les élisabéthains, une manière de gaieté, où le physiologique ne se distingue pas de l'esprit, et qui commande précisément l'alacrité mentale et la plaisanterie. Le mot s'établit en France au XVIII siècle, toujours référé à l'Angleterre, se distingue peu à peu du terme connexe, ironie, et acquiert droit de cité esthétique avec Laultréamont, Jarry et les surréalistes (…)».

Humor

Diccionario de la Real Academia Española. Madrid: 1992, 21° edición.
« 2. fig. Genio, índole, condición, especialmente cuando se manifiesta exteriormente. / 3. fig. Jovialidad, agudeza. (…)

Diccionario de la lengua española. Madrid: Espasa-Calpe S.A., 2005.
"1. m. Estado de ánimo: está de un humor excelente. 2. Jovialidad, gracia, agudeza. 3. Disposición en que uno se halla para hacer una cosa: hoy no estoy de humor para verle. 4. Facultad de descubrir y expresar lo que es cómico o gracioso: se lo toma todo con mucho humor (…)".

Humor or humour

Dictionary.com Unabridged (v 1.1)
"–noun
1. a comic, absurd, or incongruous quality causing amusement: the humor of a situation.
2. the faculty of perceiving what is amusing or comical: He is completely without humor.
3. an instance of being or attempting to be comical or amusing; something humorous: The humor in his joke eluded the audience.
4. the faculty of expressing the amusing or comical: The author's humor came across better in the book than in the movie.
5. comical writing or talk in general; comical books, skits, plays, etc.
6. humors, peculiar features; oddities; quirks: humors of life.
7. mental disposition or temperament.
8. a temporary mood or frame of mind: The boss is in a bad humor today.
(…)
[Origin: 1300–50; ME (h)umour < AF < L (h)ūmōr- (s. of (h)ūmor) moisture, fluid (medical L: body fluid), equiv. to (h)ūm(ére) to be wet (see humid) + -ōr- -or1]
—Synonyms 4. Humor, wit refer to an ability to perceive and express a sense of the clever or amusing. Humor consists principally in the recognition and expression of incongruities or peculiarities present in a situation or character. It is frequently used to illustrate some fundamental absurdity in human nature or conduct, and is generally thought of as more kindly than wit: a genial and mellow type of humor; his biting wit. Wit is a purely intellectual manifestation of cleverness and quickness of apprehension in discovering analogies between things really unlike, and expressing them in brief, diverting, and often sharp observations or remarks".

Online Etymology Dictionary

device	HUMOR	WIT	SATIRE	SARCASM	INVECTIVE	IRONY	CYNICISM	SARDONIC
motive/ aim	discovery	throwing light	amendment	inflicting pain	discredit	exclusiveness	self-justification	self-relief
province	human nature	words & ideas	morals & manners	faults & foibles	misconduct	statement of facts	morals	adversity
method /means	observation	surprise	accentuation	inversion	direct statement	mystification	exposure of nakedness	pessimism
audience	the sympathetic	the intelligent	the self-satisfied	victim & bystander	the public	an inner circle	the respectable	the self

Online Etymology Dictionary, © 2001 Douglas Harper

Compact Oxford English Dictionnary. Online version.

"• noun 1 the quality of being amusing or comic. 2 a state of mind: her good humour vanished. 3 (also cardinal humour) historical each of four fluids of the body (blood, phlegm, yellow bile or choler, and black bile or melancholy), formerly believed to determine a person's physical and mental qualities (…)".

L'étymologie du terme *humour* (originalement du latin *humor*) nous dit qu'il s'agit d'un terme anglais qui lui-même a été emprunté du français *humeur*. Ce terme médical – faisant référence aux liquides corporels- a été élargi pour prendre un sens figuratif en signifiant un trait de caractère, une tendance humaine liée à la gaieté et au comique.

Les définitions françaises qualifient l'humour comme une « forme d'esprit », c'est-à-dire que c'est une activité intellectuelle. « L'esprit » est considéré comme une « vivacité, ingéniosité dans la façon de concevoir et d'exposer quelque chose » (Le Micro Robert). L'humour est donc présenté avec un sens positif, lié à l'ingéniosité. Dans l'acception du terme par les dictionnaires espagnols, on trouve aussi une connotation positive à partir du nom *agudeza* (perspicacité, esprit). Cette connotation s'applique aussi à l'une de définitions anglaises du terme : il est une habileté liée à l'intelligence.

Cette « forme d'esprit » -qui peut être railleuse- met l'accent sur les aspects « plaisants, insolites » de la réalité, coïncident les dictionnaires français. L'un d'entre eux ajoute aussi « comiques, ridicules ou absurdes ». Un autre terme clé est celui de « détachement » : le producteur de l'humour prend distance de ce côte plaisant, absurde, etc. de la réalité. Le Grand Larousse Universel attribue à l'humour un caractère d'opposition ou de concession[345] : bien que l'objet de l'humour réside dans un inconvénient, il peut prêter à rire.

[345] Les termes « opposition » et « concession » sont pris dans leur sens grammatical.

La définition du *Dictionary.com* fait référence à la fois à la qualité de ce ou celui qui peut être amusant ou comique et à la faculté de le percevoir (le percevoir et l'exprimer). L'humour peut venir d'une situation comique ou absurde –comme nous avions vu dans les définitions françaises- mais aussi incongrue. Il est communément utilisé en anglais pour « illustrer l'absurdité de la nature et du comportement humain ».

La capacité qu'un individu a d'exprimer ce qui est comique, amusant, est une caractéristique présente dans les trois langues considérées, qui a sa locution propre : « avoir le sens de l'humour », « tener sentido del humor », « to have sense of humor ».

Il faut signaler que tantôt en anglais comme en espagnol, *humor* fait également référence au terme médical déjà signalé, ainsi qu'à un état d'âme (tous les deux *humeur* en français).

L'acception plus développée de la notion *humour* en espagnol réside dans le terme *humorismo*, alors que dans les deux autres langues celui-ci reste davantage lié au champ de la médicine.

Le *humorismo* est une « façon de juger, affronter et commenter les situations avec un détachement ingénieux et moqueur » (voir ci-dessous), qui peut circuler dans tous les moyens de communication. On voit ainsi une similitude avec ce que nous avons commenté plus haut. Mais il y a une nouvelle caractéristique : il peut être léger en apparence.

Humorismo

Diccionario de la Real Academia Española. Madrid: 1992, 21° edición.

"Manera de enjuiciar, afrontar y comentar las situaciones con cierto distanciamiento ingenioso, burlón y, aunque sea en apariencia, ligero. Linda a veces con la comicidad, la mordacidad y la ironía, sin que se confunda con ellas, y puede manifestarse en la conversación, en la literatura y en todas las formas de comunicación y expresión".

Humorism

Webster's Revised Unabridged Dictionary

"1. (Med.) The theory founded on the influence which the humors were supposed to have in the production of disease; Galenism. --Dunglison.

2. The manner or disposition of a humorist; humorousness. –Coleridge".

Avec l'information que nous avons recueillie jusqu'à présent, nous pourrions dire que l'humour est une forme d'esprit, une habilité ingénieuse à percevoir et à exprimer, avec un certain détachement, les aspects plaisants, comiques, insolites, absurdes ou incongrus de la réalité. D'apparence parfois légère, il peut référer à des situations inconvenables et faire pourtant rire.

Comique

Comique

Dictionnaire étymologique - Trésor de la Langue Française informatisé
« (…) Empr. au lat. *comicus* « qui a rapport au théâtre, à la comédie ».

Trésor de la Langue Française informatisé
« I.− Emploi adj.
A.− Vx. Qui appartient au théâtre et plus spécialement à la comédie (cf. comédie I) et aux comédiens.
1. [Appliqué à une pers. ou à un groupe de pers.]
a) [À un auteur] Qui écrit des pièces de théâtre. Auteur, poète comique.(…)
2. [Appliqué à un genre littér. et, p. ext., artistique]
a) [Appliqué à une œuvre] Qui met en scène des comédiens (…)
b) Dont le style, l'écriture relèvent de la comédie (…)
B.− P. ext. Qui fait rire par son aspect, ses éléments drôles et bouffons. (…)
2. Dans la lang. cour.
a) [Appliqué à une pers.] Qui fait rire par un détail de sa personne, son comportement physique ou moral.
b) [Appliqué à un lang., une attitude, un accoutrement, une situation] Qui a pour effet de déclencher le rire ou la raillerie. (…)
II.− Emploi subst. masc.
A.− [Désignant une pers.] Personne dont le rôle ou l'inclination suscite le rire et la gaîté (cf. comédie II). (…)
B.− [Avec une valeur de neutre et souvent accompagné d'un adj. ou d'un compl. déterminatif spécifiant la nature du comique] Le comique. Le principe du rire; l'ensemble des traits comiques d'une œuvre, d'une situation, etc.; le genre comique. (…)
2. Aspect risible, parfois burlesque ou ridicule d'une personne, d'une chose, d'une situation; chacun des éléments qui provoque le rire dans la vie courante ».

Le Robert Micro. 1998. 2ème édition.
« 1. Qui appartient à la comédie. *Pièce, film comique. Le genre, le style comique. Auteur comique.* / contr. dramatique/ 2. Acteur, actrice habituellement chargé(e) de jouer des personnages comiques. (…) 3. Le comique, le genre comique ; les éléments comiques au théâtre. Le comique de caractère, de situation. 4. Qui provoque le rire. =>amusant, cocasse, drôle (…) / contr. sérieux, triste.

Cómico

Diccionario de la Real Academia Española. Madrid: 1992, 21° edición.
« 1. Perteneciente o relativo a la comedia. 2. Decíase del que escribía comedias. Hoy sólo se aplica al que las representa. 3. Aplícase al actor que representa papeles jocosos. 4. Que divierte y hace reír. (…)

Diccionario de la lengua española. Madrid: Espasa-Calpe S.A., 2005.
"1. adj. Relacionado con la comedia: obra cómica. 2. [Actor] que representa comedias o papeles hilarantes. También s.: compañía de cómicos itinerantes. 3. Divertido, irrisorio: película cómica. 4. m. y f. Persona que se dedica por vocación u oficio a hacer reír a la gente: su simpatía le convierte en un cómico extraordinario".

Comic

Dictionary.com Unabridged (v 1.1)
"–adjective
1. of, pertaining to, or characterized by comedy: comic opera.
2. of or pertaining to a person who acts in or writes comedy: a comic actor; a comic dramatist.
3. of, pertaining to, or characteristic of comedy: comic situations; a comic sense.
4. provoking laughter; humorous; funny; laughable.
–noun
5. a comedian.
6. comic book.
7. comics, comic strips.
8. the comic, the element or quality of comedy in literature, art, drama, etc.: An appreciation of the comic came naturally to her".
[Origin: 1350–1400; ME < L *cōmicus* < Gk *kōmikós,* equiv. to *kôm*(*os*) a revel + *-ikos*]

Compact Oxford English Dictionnary. Online version.
"• adjective: 1. causing or meant to cause laughter. 2. relating to or in the style of comedy. • noun: 1. a comedian. 2. a children's periodical containing comic strips".

Le terme *comique* vient du latin *cōmicus* et celui du grec *kōmikós* et avait un rapport au théâtre et à la comédie. A présent, ce sens n'est pas complètement disparu puisque comique peut référer à l'écrivain des comédies, à celui qui les interprète, à l'œuvre ou au genre de la comédie. Un sens plus large en espagnol est utilisé pour celui qui a pour métier amuser les gens. La signification qui nous intéresse particulièrement consiste à affirmer que le comique « provoque le rire ». La cause peut résider dans le comportement ou aspect d'une personne, une chose ou une situation (drôle, bouffon, ridicule, burlesque, dérisoire).

En anglais il y a un sens différent à ceux que nous venons de citer, qui fait référence aux bandes dessinées.

Mot d'esprit

Mot d'esprit

Dictionnaire étymologique - Trésor de la Langue Française informatisé
« Du b. lat. *muttum* «son» dér. régr. de *muttire* «produire le son *mu*, grommeler» remontant au rad. Onomatopéique ».

Trésor de la Langue Française informatisé
« *Trait, mot d'esprit.* Pensée fine et ingénieuse, pointe, saillie ».

Le Robert Micro. 1998. 2ème édition.
« Parole drôle et spirituelle ».

Esprit : « vivacité, ingéniosité dans la façon de concevoir et d'exposer quelque chose=>**humour, finesse** ».

Chiste

Diccionario de la Real Academia Española. Madrid: 1992, 21° edición.
(de chis, voz honomatopéyica para llamar a alguien) « 1.Dicho u ocurrencia aguda y graciosa. 2. Dicho o historieta muy breve que contiene un juego verbal o conceptual capaz de mover a risa. Muchas veces se presenta ilustrado por un dibujo, y puede consistir solo en este. 3. Suceso gracioso y festivo. 4. Burla o chanza (…) ».

Diccionario de la lengua española. Madrid: Espasa-Calpe S.A., 2005.
"1. m. Dicho breve, agudo y gracioso. 2. Burla o chanza: hacer chiste de una cosa ».

Wit

(Du Proto Germanic *witjan* (O.H.G. *wizzi* "knowledge, understanding, intelligence, mind," Ger. *Witz* "wit, witticism, joke).

Dictionary.com Unabridged (v 1.1)
"1. the keen perception and cleverly apt expression of those connections between ideas that awaken amusement and pleasure.
2. speech or writing showing such perception and expression.
3. a person having or noted for such perception and expression.
4. understanding, intelligence, or sagacity; astuteness.
5. Usually, wits.
a. powers of intelligent observation, keen perception, ingenious contrivance, or the like; mental acuity, composure, and resourcefulness: using one's wits to get ahead.
b. mental faculties; senses: to lose one's wits (…)".

Compact Oxford English Dictionnary. Online version.
"• **noun: 1.** (also **wits**) the capacity for inventive thought and quick understanding; keen intelligence. **2.** a natural aptitude for using words and ideas in a quick and inventive way to create humour. **3.** a person with this aptitude".

Le mot d'esprit -ou trait d'esprit comme préfèrent quelques uns-, le *chiste* et le *wit* sont des concepts difficiles à cerner, non seulement parce que les bornes avec notamment le terme *humour* ne sont pas en général bien définies mais aussi parce que les nominations dans les trois langues ne sont pas équivalentes.

On peut affirmer qu'il y a un point commun dans toutes les définitions : il s'agit d'une pensée, d'un propos intelligent, aigu, ingénieux et drôle. Mais les définitions des dictionnaires

français et espagnol restent assez floues, peut-être parce que les sens attribués au mot sont nombreux. Le *chiste*, par exemple, n'est pas forcément verbal, il peut être présenté dans un dessin, ce qui ne serait pas valable pour le mot d'esprit.

Si nous faisons attention à la manière dont les spécialistes ont traduit l'ouvrage de Freud, *Le mot d'esprit et son rapport à l'inconscient*, le terme allemand *witz* correspond à *mot d'esprit* en français, *chiste* en espagnol et *joke* en anglais. Or, ce qui nous intéresse de développer ici n'est pas la notion si large de *joke* mais celle de *wit*, une technique qui semble s'être développée avec beaucoup de force dans la culture anglophone.

Nous avons décidé de garder les termes mot d'esprit et *chiste* car nous considérons qu'il n'y a pas un terme plus adéquat dans ces langues pour faire référence au *wit* anglais. Le *wit* entretient un rapport très proche avec l'humour, au point d'être considéré une technique de l'humour par le *Compact Oxford English Dictionnary*. Comme ce dernier, le *wit* est une « manifestation purement intellectuelle », intelligente et rapide. Il consiste à « découvrir des analogies entre des choses très différentes et les exprimer d'une façon brève, amusante et souvent aigue » (*Dictionary.com Unabridged (v 1.1)*. La technique du *wit* semble être concrète et bien définie.

Risible

Risible en français

Dictionnaire étymologique - Trésor de la Langue Française informatisé
« (…) Empr. au b. lat. *risibilis* « risible, ridicule; capable de rire (caractère opposant l'homme aux animaux) ».

Trésor de la Langue Française informatisé
I. − Adjectif
A. − Vx. [En parlant d'une pers.] Qui a la faculté de rire. Les philosophes scolastiques disaient que l'homme est un animal risible (Ac. 1835, 1878).
B. − 1. Vieilli. Qui est propre à faire rire, à amuser. Synon. usuels amusant, burlesque, cocasse, comique, drôle, marrant (pop.), plaisant, rigolo (pop.). (…).
2. Mod., péj. Qui prête à rire, qui mérite qu'on en rie, qu'on s'en moque. Synon. comique, ridicule. Aventure, mot, quiproquo risible; prétentions risibles.

Le Robert Micro. 1998. 2ème édition.
« Propre à exciter une gaieté moqueuse. =>**Ridicule**.

Risible en espagnol

Diccionario de la Real Academia Española. Madrid: 1992, 21° edición.
« 1. Capaz de reírse. 2. Que causa risa o es digno de ella ».

Diccionario de la lengua española. Madrid: Espasa-Calpe S.A., 2005.
"adj. Que causa risa o es digno de ella: me hicieron una oferta risible y, lógicamente, la rechacé".

Laughable

Dictionary.com Unabridged (v 1.1)
"–adjective
such as to cause laughter; funny; amusing; ludicrous".

Compact Oxford English Dictionnary. Online version.
"• adjective: so ludicrous as to be amusing".

Le *risible* et le *rire* n'ont pas la même origine étymologique dans les trois langues contemplées. Le français et l'espagnol gardent leurs racines latines : *risibilis* signifie « risible, ridicule; capable de rire » ; *rideĕre* : « rire; sourire; avoir un aspect riant, agréable; se moquer de; narguer, se jouer de (une difficulté, un danger) ». Depuis l'Antiquité, le risible a été considéré comme un attribut exclusif de l'homme qui le différentie de l'animal. En anglais, la racine des termes *laughter* et *laughable* est le *Proto-Germanic* : *hlahtraz* (O.N. *hlatr,* Ger. *Gelächter*).

Le risible peut référer tantôt à ce/celui qui cause le rire qu'à celui qui a la faculté de rire –ce dernier sens s'applique surtout à l'espagnol. Le terme peut acquérir une connotation négative du moment où on l'associe au ridicule et au fait de se moquer de quelqu'un ou de quelque chose.

Rire

Rire

Dictionnaire étymologique - Trésor de la Langue Française informatisé
« (…) Du lat. pop. *rideĕre* (lat. class. *rideēre*) « rire; sourire; avoir un aspect riant, agréable; se moquer de; narguer, se jouer de (une difficulté, un danger) ».

Le Robert Micro. 1998. 2ème édition.
Verbe : « 1. Exprimer la gaieté par un mouvement de la bouche, accompagné d'expirations saccadées plus ou moins bruyantes. =>s'esclaffer (…). 2. Se réjouir. (…) – S'amuser (…). 3. Dans les loc. Ne pas parler ou ne pas faire quelque chose sérieusement. =>**badiner, plaisanter**. (…) 4. RIRE DE : se moquer de (qqn). => **railler, ricaner ; dérision**. 5. Littér. Avoir un aspect joyeux. =>**riant**. (…) »
Nom : « Action de rire (…) ».

Trésor de la Langue Française informatisé :
« I. − Empl. intrans.
A. − [Le suj. désigne une pers.]
1. a) Manifester un état émotionnel, le plus souvent un sentiment de gaieté, par un élargissement de l'ouverture de la bouche accompagné d'expirations saccadées plus ou moins bruyantes et un léger plissement des yeux. (…)
2. Au fig.

b) [L'action de rire exprime la dérision, la moquerie; dans une tournure factitive] Faire rire. Exciter la moquerie. (…)
II. − Empl. trans. indir.
A. − Rire de qqn/de qqc.
1. [L'action de rire exprime la dérision, la moquerie] Rire de qqn, de qqc. Se moquer de, railler. (…) ».

Reír

Diccionario de la Real Academia Española. Madrid: 1992, 21° edición.
« Movimiento de la boca y otras partes del rostro, que demuestra alegría. 2. Voz o sonido que acompaña a la **risa**. 3. Lo que mueve a reír. (…)"

Diccionario de la lengua española. Madrid: Espasa-Calpe S.A., 2005.
"1. intr. y prnl. Manifestar alegría con ciertos movimientos del rostro y sonidos característicos: no te rías, que estoy hablando en serio. 2. tr. Celebrar con risa alguna cosa: reírle las gracias a alguien. 3. prnl. Burlarse de alguien o algo: sus compañeros se ríen de él".

Risa

Diccionario de la Real Academia Española. Madrid: 1992, 21° edición.
"Manifestar regocijo mediante determinados movimientos del rostro, acompañados frecuentemente por sacudidas del cuerpo y emisión de peculiares sonidos inarticulados. 2. Hacer burla o zumba. 3. Se usa de cosas de aspecto deleitable y capaces de infundir gozo o alegría; como el alba, el agua de una fuente, un prado ameno, etc. 4. Celebrar con risa alguna cosa" (…).

Diccionario de la lengua española. Madrid: Espasa-Calpe S.A., 2005.
"1. f. Movimiento de la boca y otras partes del rostro que demuestra alegría o diversión: nos dio la risa al verla con aquella pinta. 2. Sonido característico que se hace al reír: le molestan las risas de los niños. 3. Lo que hace reír: esa película es una risa. 4. de risa loc. adj. Cómico: película de risa. 5. Increíble, ridículo: lo que le pasa a este chico es de risa".

To laugh

Dictionary.com Unabridged (v 1.1)
"–verb (used without object)
1. to express mirth, pleasure, derision, or nervousness with an audible, vocal expulsion of air from the lungs that can range from a loud burst of sound to a series of quiet chuckles and is usually accompanied by characteristic facial and bodily movements.
2. to experience the emotion so expressed: He laughed inwardly at the scene.
3. to produce a sound resembling human laughter: A coyote laughed in the dark.
–verb (used with object)
4. to drive, put, bring, etc., by or with laughter (often fol. by out, away, down, etc.): They laughed him out of town. We laughed away our troubles.
5. to utter with laughter: He laughed his consent.

–noun
6. the act or sound of laughing; laughter.
7. an expression of mirth, derision, etc., by laughing.
8. Informal. something that provokes laughter, amusement, or ridicule: After all the advance publicity, the prizefight turned out to be a laugh. (…)".

Compact Oxford English Dictionnary. Online version.
"• verb 1. make the sounds and movements that express lively amusement and sometimes also derision. 2. (laugh at) make fun of; ridicule. 3. (laugh off) dismiss by (something) treating it light-heartedly. 4. (be laughing) informal be in a fortunate or successful position.
• noun 1. an act of laughing. 2. (a laugh) informal a cause of laughter".

Laughter

Dictionary.com Unabridged (v 1.1)
"–noun
1. the action or sound of laughing.
2. an inner quality, mood, disposition, etc., suggestive of laughter; mirthfulness: a man of laughter and goodwill.
3. an expression or appearance of merriment or amusement.
4. Archaic. an object of laughter; subject or matter for amusement".

Compact Oxford English Dictionnary. Online version.
"• noun : the action or sound of laughing".

Alors qu'en français, *rire* fait référence à la fois au verbe et au nom, dans les deux autres langues ils sont séparés : *reír* et *risa* ; *to laugh* et *laughter*. Le rire dénote le mouvement de la bouche et d'autres parties du visage et du corps ainsi que des sons, qui expriment un état émotionnel, généralement la gaieté, l'amusement. Rire peut être lié au fait de se réjouir, de s'amuser ; ou bien il peut acquérir un sens négatif : exprimer la dérision et la moquerie (*rire de, reír de, to laugh at*).

En général, les différentes définitions retrouvées dans les trois langues se complémentent ; elles ajoutent des caractéristiques non considérées par certaines d'autres définitions mais celles-ci vont dans le même sens. C'est dans les acceptions de *humour* et *wit* où l'on trouve des éléments plus divers. Dans le premier cas, nous avons signalé que le français a deux termes pour différencier l'humour de l'humeur tandis que les autres langues n'ont qu'un (*humor*). Ceci produit un éventail de significations diverses qui coexistent dans un même mot. D'autre part, il faut signaler que le terme en espagnol qui correspond le mieux aux définitions françaises d'humour est celui de *humorismo*.
En ce qui concerne le terme anglais *wit*, nous avons proposé le *mot d'esprit* français et le *chiste* espagnol comme les plus proches, quoique nous estimions que ce ne sont pas des mots équivalents. On pourrait affirmer qu'il s'agit d'une technique tellement utilisée dans la culture anglaise qu'elle est devenue très caractéristique des productions humoristiques anglophones.

Quelques classements des formes du risible

Loin de viser à l'exhaustivité dans la revue que nous ferons des classifications proposées par des auteurs qui ont travaillé sur les formes du risible, quelques unes suffiront pour rendre compte de la diversité d'approches. Parmi ces auteurs, nous citerons tout d'abord Henri Bergson[346], qui a essayé d'expliquer la source du rire et du comique en distinguant cinq groupes : le comique des formes, le comique des gestes et des mouvements, le comique de situation, le comique de mots et le comique de caractère.

En ce qui concerne le **comique des formes**, il affirme que « peut devenir comique toute difformité qu'une personne bien conformée arriverait à contrefaire » (1924 : 17). Il situe dans ce comique le travail du caricaturiste, qui identifie dans le visage ou le corps une « raideur », quelque chose qui rompt l'harmonie corporelle. Le caricaturiste procède par exagération, rendant visible cette raideur qui pourrait rester autrement imperceptible pour les autres.

Quant au **comique des gestes et des mouvements**, pour que ceux-là soient risibles, il faut qu'ils nous fassent penser à « une simple mécanique». Selon l'auteur, un mouvement corporel répétitif, ou l'imitation d'un mouvement ou geste, par exemple, acquièrent un automatisme qui nous fait rire parce qu'ils sortent du *déroulement normal* de la vie. C'est du « mécanique plaqué sur le vivant », expression qui est au cœur des causes que H. Bergson identifie pour expliquer le rire.

Ainsi, le **comique de situation** est dû à l'arrangement d'actes et d'événements qui donnent « l'illusion de la vie et la sensation nette d'un agencement mécanique » (1924 : 35). Il considère que la comédie se prête mieux que la vie réelle à saisir le comique et il cite le cas des vaudevilles. Des actes typiquement comiques sont illustrés par le pantin à ficelles, et par la boule de neige qui grossit en roulant. De l'analyse des vaudevilles, il tire trois procédés basiques qui servent à expliquer le comique : la répétition, l'inversion et l'interférence de séries.

Bien que le langage puisse intervenir dans toutes les formes précédemment citées, l'auteur distingue le comique dont le langage est un medium du **comique** qui naît par le **langage** même. C'est la structure de la phrase ou le choix des mots qui sont risibles. H. Bergson trouve, ici encore, l'automatisme comme source du comique et l'exemplifie par le cas des expressions figées. Une phrase toute faite devient comique quand elle est contradictoire ou absurde : « On obtiendra un mot comique en insérant une idée absurde dans un moule de phrase consacrée » (1924 : 51). Sans cette contradiction ou absurdité, la phrase serait reçue de manière mécanique, sans nous surprendre. Le fait de comprendre une phrase au sens propre alors qu'elle était élaborée au sens figuré est aussi un recours habituel du comique.

Dans le **comique de caractère**, enfin, le risible vient de la raideur qu'une personne manifeste contre la vie en société. Pour que celle-ci engendre le rire et non le drame, trois

[346] H. Bergson. (1924). *Le rire. Essai de signification sur le comique*. Paris : Editions Alcan.

conditions sont indispensables : l'insociabilité du personnage, l'insensibilité du spectateur et l'automatisme. Le rire est là pour corriger, pour assouplir cette raideur. La comédie crée des personnages tirés de la vie réelle que le public va reconnaître, des personnages types qui se répètent de pièce en pièce. Ainsi, la comédie de caractère exercerait une pression sur les personnes réelles, qui reconnaîtraient leurs défauts à travers les personnages. Cela nous fait penser aux pièces de Molière telles que *Le Misanthrope*.

Dans son livre sur le rire, Jean Fourastié[347], propose une classification des formes du risible en distinguant sept formes : le plaisant, le comique, le mot d'esprit, la blague, l'ironie et l'humour. Un tableau récupère les définitions essentielles, présentées dans la majorité des cas, avec les termes propres de l'auteur.

FORMES DU RISIBLE : FOURASTIE	
Plaisant	Il « présente des idées et des faits une image optimiste et fait appel aux facultés foncières de joie, de plaisir et de confiance » sans forcément engendrer le rire physique.
Comique	Dans un sens restreint, c'est « ce qui est trouvé risible dans le réel observé ». Dans un sens large, il est associé au plaisir et au plaisant, à ce qui fait rire.
Mot d'esprit	Il est défini de façon succincte et très large comme « le risible fabriqué par l'homme ».
Blague	Elle combine l'invention et le réel. « Elle consiste à placer une personne réelle dans une situation réelle, mais où son déterminisme personnel sera désaccordé, puis rompu » (exemple : coller un poisson d'avril au dos de quelqu'un).
Ironie	C'est une « feinte ». « On feint d'ignorer ce que l'on sait, de savoir ce que l'on ignore ; on affirme le contraire de ce que l'on croit ; on donne de l'importance à ce que l'on trouve négligeable ». L'ironiste se moque de ceux qui prennent au sérieux ce qui pour lui, ne l'est pas.
Humour	Il est utilisé dans un sens restreint, pris du dictionnaire *Petit Larousse* (1981) : « forme d'esprit qui dissimule sous un air sérieux une raillerie cruelle, une situation absurde ou comique ». Il le considère comme un « mode d'élaboration et d'expression de la pensée différent du reste du risible », mais avec beaucoup de ses caractères essentiels.
Cabriole	« Procédures gestuelles et glapissantes » comme des grossièretés, spectacles de bouffons et de cirque, agitations désordonnées, qui produisent parfois des forts éclats de rire.

Tableau 0.1. Les sept formes du risible présentés par Jean Fourastié (1983).

Monique Mousset-Chalanset[348] reprend cette classification et introduit quelques modifications : elle supprime la blague car elle considère que ses mécanismes ne diffèrent pas du comique ; et remplace la cabriole par le grotesque et le burlesque qui sont pour elle, son essence[349]. Ensuite, inspirée de la classification de Christophe Peyraque[350], elle divise les formes du risible en deux groupes : **le comique, le grotesque et le burlesque** d'une part, **le mot d'esprit, l'humour et l'ironie**, d'autre part. Cette division obéit à une conception du risible selon qu'il soit construit à partir du réel (premier groupe) ou qu'il soit « élaboré par

[347] J. Fourastié. *Le rire, suite*. Paris : Denoël Gonthier, 1983
[348] M. Mousset-Chalanset. (1999). Thèse en SIC : *Humour et publicité télévisée. Fonctions du message humoristique dans l'argumentation publicitaire télévisuelle*. Paris : CELSA.
[349] Elle n'a pas considéré le plaisant comme genre du risible.
[350] C. Peyraque. Cité par M. Mousset-Chalanset, 1999.

l'esprit humain sans relation constante avec le concret » (Mousset-Chalanset, 1999 : 53) (deuxième groupe).

Les techniques du comique, du burlesque et du grotesque trouvent leurs sources dans l'exagération, la caricature d'un fait ou d'un modèle réel, et opèrent par transformation, à partir de l'adjonction et de l'hyperbole. L'humour, l'ironie et le mot d'esprit puisent ses formes dans l'abstraction, et requièrent un travail intellectuel plus élevé, « inventé à partir de rien ». Leurs messages sont beaucoup plus langagiers que gestuels et ils s'appuient notamment sur la permutation et la litote. Alors que le groupe précédent transforme, celui-ci recrée.

Jean-Marc Defays[351] propose une typologie de certaines formes du comique à partir d'un critère de connivence et de provocation, qui tient compte de différents jeux d'énonciation qui s'établissent entre les acteurs intervenants dans la communication. Ceux-ci varient en quantité mais sont essentiellement trois: l'auteur comique, le destinataire complice et la victime. Les formes du risible vont de l'humour –qu'il place du côté de la connivence- à l'insulte cocasse –du côté de la provocation-, en passant par l'ironie, l'esprit, la satire, la moquerie et la raillerie. Nous reproduisons ci-dessous le tableau conçu par le chercheur (voir Tableau 0.2.).

Alors que H. Bergson élabore son classement en se centrant sur le référent sur lequel repose le risible, et M. Mousset-Chalanset amplifie cette perspective pour inclure aussi les mécanismes essentiels à partir desquels opèrent les formes du comique, J.M. Defays, à la suite de S. Freud, met l'accent sur les instances d'énonciation.

A partir de la révision des classements conçus par divers auteurs, nous constatons une superposition entre les formes du risible et les procédés sur lesquels elles s'appuient. C'est le cas des classifications relevées par Françoise Graby[352] sur l'humour en publicité, ou des variétés du comique identifiées par Sigmund Freud dans son ouvrage sur le mot d'esprit. En plus de cette dernière forme, le psychanalyste nomme le naïf, le comique des gestes, le comique de situation, le comique de caractère, le comique de performance intellectuelle, le comique de formes, le comique d'attente, la caricature, la parodie et le burlesque, le démasquage, l'imitation, le rabaissement, l'exagération, le non-sens, le comique du sexuel et de l'obscène et l'humour. Toutes ces variétés ne se trouvent pas au même niveau car l'imitation, le rabaissement et l'exagération, par exemple, sont plus des ressources du comique –comique de gestes ou de la caricature pour ne citer que deux- que des formes ou des types particuliers. D'autre part, les macro thèmes, tels que le sexe et l'obscénité cités par Freud, ne sont pas des formes du comique mais des sujets sur lesquels elles peuvent porter. Une caricature, une parodie, un comique de gestes ou de situation peuvent avoir le sexe comme sujet principal.

[351] J.-M. Defays. (1996). *Le comique : principes, procédés, processus.* Paris : Seuil.
[352] F. Graby. *Humour et comique en publicité. Parlez-moi d'humour.* Paris : Management et société, 2001.

TYPE	COMPLICES	VICTIMES
Connivence		
HUMOUR	accord MOI-MOI MOI-TOI MOI-TOI-LUI/CA	aux dépens de personne ou de tous
Ex : « Un condamné à mort, sur le chemin de la potence, demande un foulard pour se protéger le cou du froid matinal ». (Freud)		
AUTO-IRONIE	accord MOI-TOI	aux dépens de MOI
Ex : « Un lundi matin, un condamné à mort est conduit à la potence. Il s'exclame [c'est-à-dire à notre intention] : « La semaine commence bien ». (Freud)		
IRONIE, ESPRIT	accord MOI-TOI	secondairement aux dépens de LUI (le comique doit prévaloir)
Ex : « Un lundi matin, un condamné à mort est conduit à la potence. Le geôlier s'exclame [c'est-à-dire à notre intention] : « Sa semaine commence bien ». (Freud)		
IRONIE DIRECTE	accord MOI-TOI	aux dépens de TOI
Ex : « …Le geôlier au condamné : « Ta semaine commence bien ».		
SATIRE, MOQUERIE, RAILLERIE SANS ANTIPHRASE	éventuellement accord MOI-TOI	principalement aux dépens de LUI ou de TOI (comique secondaire)
INSULTE (COCASSE)	témoin inutile	aux dépens de TOI (agressivité pure)
Provocation		

Tableau 0.2. Reproduction du tableau de Jean-Marc Defays (1996 : 75-76) sur les formes du comique.

Henri Baudin fait un classement des formes du comique qu'il a répertoriées dans l'œuvre de l'écrivain Boris Vian[353], à partir de trois grands groupes : le jeu (verbal et imaginatif), l'agressivité (satirique et provocatrice) et l'absurde (réducteur, contrasté et déformant). Ceux-ci regroupent 35 procédés, que nous avons présentés un peu plus en détail dans la section 1.5.

Une dernière classification que nous considérerons est celle d'Elie Auboin[354] dans sa thèse qui a pour titre les *Genres du risible* et parmi lesquels il inclut le ridicule, le comique, l'esprit et l'humour. D'après cet auteur, les deux premiers termes ont souvent été confondus sous l'appellation de comique ou risible, comme il le constate dans certains passages chez H. Bergson. Au contraire, le ridicule et le comique présentent plusieurs différences que l'auteur résume en trois points : 1) on n'a besoin d'aucun effort pour être ridicule, alors que le comique exige des dons particuliers ; 2) le ridicule s'attache à des actes et des objets anormaux nullement pardonnés tandis que ces mêmes actes et objets sont dûment justifiés dans le comique ; 3) le sentiment ressenti par le fait d'être jugé ridicule est la honte alors que si l'on est jugé comique le sentiment qui prédomine est la fierté. Même s'il y a des traits du

[353] H. Baudin. (1973). *Boris Vian humoriste*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
[354] E. Auboin. (1948). *Les genres du risible. Ridicule, comique, esprit, humour*. Marseille, Ofep.

risible très étroitement liés avec le ridicule, nous classifierions plus volontiers ce dernier comme un effet, un jugement que l'on peut porter sur quelqu'un ou quelque chose.

Au bout de cette révision rapide de certaines classifications des formes du risible, le tableau 1.2. nous permettra de synthétiser les formes détectées par les sept auteurs cités.

<table>
<tr><th colspan="4">FORMES DU RISIBLE</th></tr>
<tr><th>AUBOIN</th><th>BAUDIN</th><th>BERGSON</th><th>DEFAYS</th></tr>
<tr><td>Ridicule
Comique
Humour
Esprit</td><td>Jeu (verbal et imaginatif)
Agressivité (satirique et provocatrice)
Absurde (réducteur, contrasté et déformant)</td><td>Comique des formes
Comique des gestes et des mouvements
Comique de situation
Comique de mots
Comique de caractère</td><td>Humour
Ironie
Mot d'esprit
Satire, moquerie, raillerie
Insulte cocasse</td></tr>
<tr><th>FOURASTIE</th><th colspan="2">FREUD</th><th>MOUSSET-CHALANSET</th></tr>
<tr><td>Plaisant
Comique
Mot d'esprit
Blague
Ironie
Humour
Cabriole</td><td colspan="2">Comique : des gestes, situation, de mots, de caractère, des formes, de performance intellectuelle, d'attente, du sexuel et de l'obscène –
Naïf – Caricature -
Parodie – Burlesque -
Démasquage – Imitation -
Rabaissement - Exagération -Non-sens - Humour</td><td>Comique
Burlesque
Grotesque
Humour
Ironie
Mot d'esprit</td></tr>
</table>

Tableau 1.3. Tableau récapitulatif des formes du risible présentées par sept auteurs différents.

Aucune des classifications présentées ne nous semble comprendre l'ensemble des formes du risible car elles restent plutôt attachées à un type de comique particulier comme la comédie du théâtre (Bergson), elles ne prennent pas en compte la satire, d'importance capitale dans notre travail (Auboin, Bergson, Fourastié, Mousset-Chalanset, Freud) ou laissent de côté d'autres formes comiques tels que la parodie (Auboin, Defays) ou bien elles superposent les formes du comique à des procédés ou à des sujets (Freud et Baudin). Dans le corps de la thèse, nous avons proposé une classification qui comprend une grande variété des formes du risible, à savoir : le comique, l'humour, le mot d'esprit, la parodie et le pastiche, le burlesque et le grotesque, l'ironie, le non sens, et la satire. Dans les pages qui suivent, nous aborderons chacun de ces genres.

Associée au chapitre 2 : L'image médiatique de l'homme politique : autour de la visibilité et la personnalisation

Les apports de la psychologie politique pour l'étude de l'image de l'homme politique

Nous reproduisons ci-dessous un tableau élaboré par Donald Kinder et ses collègues[355] à propos du profil d'un président idéal, dans sa version originale et traduite en français par l'auteur de cette thèse. Ce tableau nous a servi pour construire notre macro-dimension d'analyse sur les traits de caractère d'un homme politique. Les pourcentages apparus dans le tableau rendent compte du nombre des fois que chaque caractéristique a été citée.

[355] D. Kinder *et al.* (1980). Presidential Prototypes. *Political Behavior 2 (4)*, p. 319.

TABLE 1. Profile of an Ideal President (% Selecting Attribute as Important).

Personality	%	Performance	%
Positive			
Honest	91.4	Provide strong leadership	75.2
Knowledgeable	87.5	Appoint good advisors	64.4
Open-minded	79.3	Solve our economic problems	62.6
Courageous	48.2	Develop good relations with other countries	53.6
Smart	38.2	Communicate openly with the people	46.4
Inspiring	26.8	Stick to his word	38.1
Warm	14.6	Understand the little people	30.9
Humble	13.2	Set a good moral example	28.1
Negative			
Power-hungry	76.3	Get us into unnecessary wars	73.6
Unstable	65.9	Use office of president for personal gain	62.1
Weak	50.5	Hide things from the public	55.4
Prejudiced	48.7	Not stand up for the U.S. in foreign affairs	53.6
Reckless	46.6	Favor special interest groups	48.2
Too political	43.7	Break the law	47.9
Immoral	37.6	Become isolated from the people	31.8
Selfish	29.7	Be immoral in personal conduct	22.9

Source: CPS National Survey, 1979.
(N = 280).

Profil d'un Président idéal

Personnalité	%	Performance	%
Positive			
Honnête	91.4	Pourvu de fort leadership	75.2
Ayant des connaissances	87.5	Nomme de bons conseillers	64.4
Ouvert d'esprit	79.3	Résout nos problèmes économiques	62.6
Courageux	48.2	Développe de bons rapports avec d'autres	53.6
Intelligent	38.2	pays	
Inspirateur	26.8	Communique ouvertement avec les gens	46.4
Chaleureux	14.6	Est un « homme de parole »	38.1
Humble	13.2	Comprend les gens du peuple	30.9
		Donne un bon exemple moral	28.1
Négative			
Ambitieux de pouvoir	76.3	Nous met dans des guerres inutiles	73.6
Instable	65.9	Utilise sa position pour des profits	62.1
Faible	50.5	personnels	
Préjudiciable	48.7	Cache des choses au public	55.4
Imprudent	46.6	Ne défend pas les Etats-Unis dans des	53.6
Trop politique	43.7	affaires étrangères	
Immoral	37.6	Favorise l'intérêt de certains groupes	48.2
Egoïste	29.7	Ne respecte pas la loi	47.9
		S'isole du peuple	31.8
		Est immoral dans sa conduite personnelle	22.9

Tableau 0.1. Profil d'un Président idéal, tiré de D. Kinder et al. (1980).

Associée au chapitre 3 : Une approche semio-linguistique et rhetorico-stylistique du verbal et du visuel dans la presse satirique

Les figures rhétoriques ou de style

Nous présentons ci-dessous la classification des figures rhétoriques proposée par Axelle Beth et Elsa Marpeau[356]. Cette classification est constituée de quatre groupes principaux, eux-mêmes divisés en sous-groupes.

FIGURES DE MOTS		
Sonorités	**Jeux de mots**	**Modification et création de mots**
Allitération	Anagramme	Archaïsme
Assonance	Contrepèterie	Lexicalisation
Echo sonore	Isolexisme (dérivation, polyptote)	Métaplasme :
		- Aphérèse
		- Apocope
		- Syncope
		- Epenthèse
		- Prosthèse
		- Gémination
		- Etirement
		- Métathèse
		- Diérèse
Harmonie imitative	Lipogramme	Mot forgé
Hiatus		Mot-valise
Homéotéleute		Néologisme
Paronomase		Périgrinisme

[356] A. Beth et E. Marpeau. (2005). *Figures de style*. Paris : Librio Mémo.

FIGURES DE SENS		
Contiguïté	**Association**	**Double sens**
Antonomase	Allégorie	Calembour
Hypallage	Apposition	Diaphore
Métalepse	Comparaison	Antanaclase
Métonymie	Compensation	Homonymie
Synecdoque	Correspondances	Métanalyse
Périphrase	Métaphore	Syllepse
	Oxymore	

FIGURES DE CONSTRUCTION				
Symétrie et opposition	**Répétition**	**Accumulation**	**Disposition et motifs**	**Déstructuration**
Antithèse	Anaphore	Accumulation	Anadiplose	Anacoluthe
Balancement (parallélisme de construction ou hypozeuxe)	Antépériphore	Enumération	Concaténation	Asyndète
Chiasme	Epanadiplose	Epitochasme	Antimétabole	Dislocation
Miroir	Epanalepse	Pléonasme	Attelage	Ellipse
Reprise	Epiphore	Polysyndète	Zeugma	Enchâssement
	Inclusion	Redondance	Disjonction	Hendiadyn
	Réduplication	Ressassement	Enjambement	Hyperbate
	Répétition	Tautologie	Epanode	Inversion
			Erosion	Anastrophe
			Gradation	Rejet
			Bathos	Tmèse
			Hypotaxe	
			Perhypotaxe	
			Mise en abyme	
			Parataxe	
			Réamorçage	
			Sériation	

FIGURES DE PENSEE			
Intensité	**Rendre vivant**	**Enonciation**	**Dialectique**
Emphase	Hypotypose	Analepse	Antiphrase
Euphémisme	Interrogation oratoire	Aposiopèse	Chleuasme
Exténuation	Personnification	Apostrophe	Ironie
Hyperbole	Prosopopée	Epanorthose	Prétérition
Litote		Epiphrase	Substitution
		Parenthèse	
		Prolepse	

Tableau 0.1 Classification des figures rhétoriques proposée par Beth et Marpeau (2005).

Les stratégies discursives dans la presse satirique

Une approche pragmatique de l'*ethos* ironique, satirique, parodique et humoristique

Linda Hutcheon[357] propose un schéma dynamique d'articulation entre l'ironie, la satire et la parodie selon l'ethos prédominant (voir Figure 0.1.) évoqué dans le corps de la thèse. Henri Morier[358], pour sa part, présente deux schémas en syntonie avec le précédent. Il se sert des diagrammes de Venn afin de caractériser l'ethos de l'ironie et de l'humour : « L'ironie acerbe (I) dénonce un conflit ; elle est dans le heurt d'un jugement critique (J) et d'une imperfection de l'objet considéré (O). L'humour (H) est une intersection du même objet avec un esprit de bienveillance conciliation (C) » (voir Figure 0.2.).

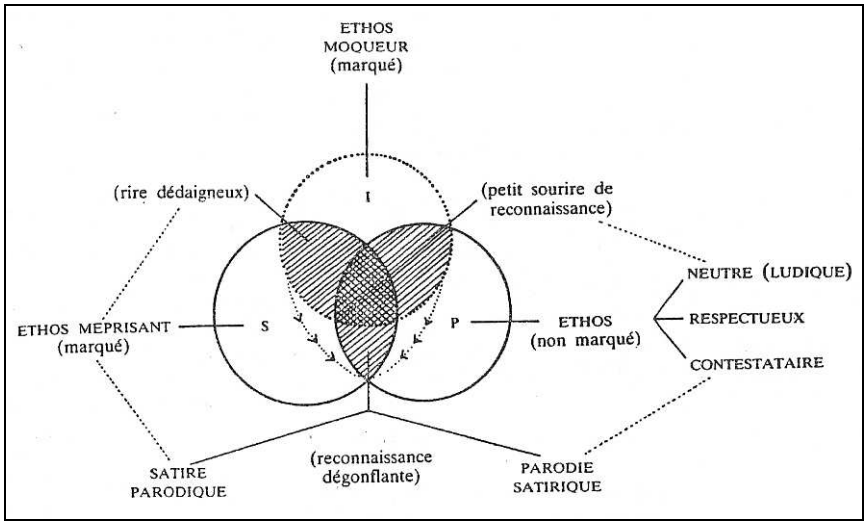


Figure 0.1. Schéma de différentiation proposé par L. Hutcheon (1986) entre l'ironie, la parodie et la satire, selon l'ethos qui prédomine.

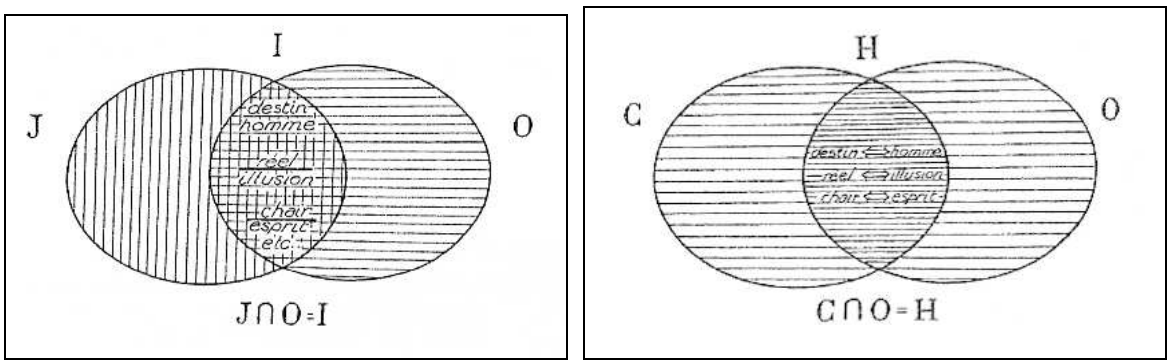


Figure 0.2. (a et b). Schémas de différentiation proposés par H. Morier (1989) entre l'ironie et l'humour, selon l'esprit qui prédomine.

[357] L. Hutcheon. (1986). Ironie, satire parodie. Une approche pragmatique de l'ironie. *Poétique, 46*.
[358] H. Morier. (1989). *Dictionnaire de Poétique et de Rhétorique*. Paris : Presses Universitaires de France.

Associée au chapitre 5 : Approche pluriméthodologique de l’objet d’étude : objectifs, corpus et système catégoriel

Grilles d’analyse

Dans cette section nous présentons quatorze grilles d’analyse. Les douze premières servent à illustrer la première analyse discursive des titres et images du corpus : six correspondent aux titres du CE et de S/12 et les six autres aux images du CE et de S/12. La treizième correspond à la grille créée après l’analyse de contenu et en interaction avec les analyses statistiques ; la dernière grille est celle qui sert à appliquer des analyses multivariées.

T083	**TITRES DU *CANARD ENCHAÎNÉ***	
DATE : 23/04/1997	**EMPLACEMENT :** CID page 8	**TYPE DE TEXTE :** article court encadré
TITRE	« Pas de « Chichigate » »	
PERSONNAGE	CHIRAC	
THEMATIQUE ABORDEE	L'impunité de Chirac face aux scandales de corruption	
REGISTRE DE LANGUE	Familier (pas de, Chichi)	
TRAITS DE CARACTERE ASSOCIES AU PERSONNAGE	J. Chirac est associé à des cas de malhonnêteté	
FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES	**Gémination**: « chichi » **Mot-valise**: « chichi » qui fait référence à Chirac et « gate ». Le suffixe *gate* vient du scandale Watergate qui a eu lieu aux Etats-Unis dans les années 1970, et a provoqué la démission du président Richard Nixon. **Ellipse** : absence de verbe	
REFERENCES A UN BAGAGE CULTUREL	Le suffixe « gate », dérivé du scandale connu comme Watergate, et qui a été largement repris pour nommer d’autres scandales dans le monde entier.	
COMMENTAIRES SUR L’ARTICLE	On parle des deux polémiques: celle autour de l'affaire Whitewater de Clinton et celle nommée Bibigate qui touche le Premier Ministre israélien.	

T155	**TITRES DU *CANARD ENCHAÎNÉ***	
DATE : 3/04/2002	**EMPLACEMENT :** CSG page 1	**TYPE DE TEXTE :** titre renvoyant à la page 3
TITRE	« Rapport : Les Chirac rattrapés par leurs grandes bouffes à la Mairie »	
PERSONNAGE	CHIRAC et sa famille	
THEMATIQUE ABORDEE	Les dépenses d'alimentation, jugées excessives par le CE, à la Mairie de Paris à l'époque où Chirac était Maire	
REGISTRE DE LANGUE	Familier : bouffe	
TRAITS DE CARACTERE ASSOCIES AU PERSONNAGE	Chirac est associé à des affaires douteuses à l'époque où il était Maire de Paris Intégrité : corrompu	
FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES	**Métaphore de locution** : « les grandes bouffes » est une façon imagée de faire référence aux dépenses exagérées à la Mairie. Or, ces dépenses concernaient justement l'alimentation. Ces deux sens qui coexistent dans le même signe peuvent être considérés comme une **syllepse**. **Personnification** de bouffe : la bouffe les rattrape.	
REFERENCES A UN BAGAGE CULTUREL	« La Grande Bouffe » : Film franco-italien	
COMMENTAIRES SUR L'ARTICLE	----	
PROCEDES HUMORISTIQUES	Référence culturelle Analogie Jeu de mots	

T138	**TITRES DU *CANARD ENCHAÎNÉ***	
DATE : 4/05/05 – N°4410	**EMPLACEMENT :** section supérieure de la une	**TYPE DE TEXTE :** titre principal
TITRE	« 1995-2005 Bilan d'une décennie de Chirac à l'Elysée. Un an ça va, dix ans, bonjour les dégâts »	
PERSONNAGE	CHIRAC	
THEMATIQUE ABORDEE	Chirac accomplit dix ans au pouvoir	
REGISTRE DE LANGUE	Courant	
TRAITS DE CARACTERE ASSOCIES AU PERSONNAGE	Négatifs : il reste très longtemps dans le pouvoir. Il produit « des dégâts ».	
FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES	Titre principal : **elliptique** : absence de verbes et de connecteurs. **Métonymie du lieu**: Ici l'Elysée veut signifier la Présidence. **Allusion** à un slogan antialcoolique	
REFERENCES A UN BAGAGE CULTUREL	« Bonjour les dégâts » : « cette phrase figée s'est fait connaître par un slogan antialcoolique (1984) qui opposait *bonjour* à *ça va* : un verre ça va…trois verres, bonjour les dégâts » (DEL).	
PROCEDES HUMORISTIQUES	Référence culturelle	
INTERPRETATION	La décennie de Chirac en tant que président est présentée comme quelque chose de négative, étant associée au mot « dégâts », de forte connotation négative. Utilisation d'une phrase figée originaire d'une campagne publicitaire.	

Tableau 0.1 Exemple de grille d'analyse qualitative conçue en Word pour étudier les titres du corpus. Exemple d'un titre du CE.

TS01	**DATE : 15/07/1989**	**TITRES *SÁTIRA/12***
TITRE		“RECTIFICACION DE MENEM. Sobre el ajuste, dijo : ‘No fue cirugía mayor, fue proctología’”
PERSONNAGE		MENEM
THEMATIQUE ABORDEE		Ajuste económico
REGISTRE DE LANGUE		Corriente
FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES		**Metáfora *in praesentia*** : el ajuste es asociado a una cirugía **Ironía**: es un canular. La rectificación de Menem sobre el mal hecho no lo aliviana, es **hiperbólica** la idea de proctología. **Elipse** RECITIFICACION DE MENEM
TRAITS DE CARACTERE ASSOCIES AU PERSONNAGE		Menem hace ajustes muy grandes.
REFERENCES A UN BAGAGE CULTUREL		Proctología
COMMENTAIRES SUR L’ARTICLE		
PROCEDES HUMORISTIQUES		Analogía – Exageración Ironía

TS22	**DATE : 6/05/1995**	**TITRES DE *SATIRA/12***
TITRE		“Reelección. Muchos argentinos van a volver a votar a Menem »
PERSONNAGE		Menem y args
THEMATIQUE ABORDEE		La campaña presidencial
REGISTRE DE LANGUE		Corriente
TRAITS DE CARACTERE ASSOCIES AU PERSONNAGE		Menem es popular: lo vuelven a votar
FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES		**Repetición**: la volanta y el título presentan la misma información. Se repite por la reelección. Solapamiento entre planos de la expresión y del contenido: los recursos elegidos vehiculan la idea transmitida: la repetición para dar el sentido de la repetición (reelección) **Zeugma**: Relección: Acción y resultado. La palabra que genera contradicción. Rompe orden cronológico del evento. Por eso da el resultado de que es un hecho, es evidente el resultado.
REFERENCES A UN BAGAGE CULTUREL		
COMMENTAIRES SUR L’ARTICLE		
PROCEDES HUMORISTIQUES		Es una burla a los medios de comunicación que daban por hecho el tema de la reelección. Incoherencia paradojal.

TS27	**DATE : 10/06/1995**	**TITRES DE *SATIRA/12***
TITRE		“Menem, luego de recibir al reverendo Moon. “No sé qué tipo de líder es éste. No sabe jugar al golf””
PERSONNAGE		MENEM Y EL REVEERENDO MOON
THEMATIQUE ABORDEE		Visita del reverendo Moon a la Argentina
REGISTRE DE LANGUE		Familiar: “tipo”
TRAITS DE CARACTERE ASSOCIES AU PERSONNAGE		Menem es presentado como frívolo
FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES		**Sarcasmo**: frase atribuida a Menem. Exageración sobre el gusto de Menem por el golf: **hipérbola**
REFERENCES A UN BAGAGE CULTUREL		
COMMENTAIRES SUR L’ARTICLE		Oscilación frecuente entre el hecho de considerar la imagen construida sobre Menem como alguien ignorante o burlón, que hace humor
PROCEDES HUMORISTIQUES		Sarcasmo

Tableau 0.2 Exemple de grille d’analyse qualitative conçue en Word pour étudier les titres du corpus. Exemple d’un titre de S/12.

I131	IMAGE DU *CANARD ENCHAÎNÉ*		
DATE : 23/04/1997	**EMPLACEMENT : CI page 8**	**TAILLE : 2X2**	**AUTEUR : Kiro**
SIGNES ICONIQUES ET PLASTIQUES		**SIGNES LINGUISTIQUES DANS L'IMAGE**	
PERSONNAGES	CHIRAC ET JUPPE	**TITRE**	"Jacky parade"
EXPRESSIONS/ GESTES, ACTIONS	Chirac sourit et lève une grande pièce d'un euro avec son bras gauche tandis qu'avec son bras droit il tend les muscles. Juppé tient son chapeau d'arlequin avec la main gauche et pointe Chirac avec son bras droit.	**THEMATIQUE ABORDEE**	La performance de Chirac, favorable à la monnaie unique en Europe: l'euro
VETEMENTS	Chirac: un pantalon et un T-shirt sans manches. Juppé: costume d'arlequin	**REGISTRE DE LANGUE**	Familier: "Jacky"
ANIMAUX, OBJETS	Une pièce d'un euro, une affiche, un rideau	**FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES**	**Métaphore in praesentia**: l'action de Chirac en Europe, favorable à l'euro, est considérée comme une "parade": "Exhibition à l'extérieur d'un cirque ou d'une baraque foraine pour attirer le public et l'inciter à entrer" (*TLFi*). Ce terme, en rapport de complémentarité avec la caricature, veut signifier en réalité que Chirac monte un show sur sa performance en Europe, jugée par lui-même comme réussie. **Jeu de mots**: "Jacky" comme dérivation de Jacques et pour faire référence aussi au terme argotique "désignant un individu qui personnalise à outrance et de manière ostentatoire son véhicule automobile, et/ou qui en use de manière dangereuse pour les autres usagers de la route » Wikipédia. Dans le contexte d'apparition on trouve pertinent l'idée d'ostentation: Chirac veut se montrer comme un homme fort.
DECOR	Cirque ou foire		
THEMATIQUE ABORDEE	La performance de Chirac, favorable à la monnaie unique en Europe: l'euro	**REFERENCES A UN BAGAGE**	

FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES	**Métaphore in praesentia**: Juppé (comparé) est un arlequin (comparant) qui présente “l'homme le plus fort de l'Europe”: Chirac (comparé). Ce dernier tient une pièce énorme d'un euro et est représenté comme l'un des lutteurs des cirques (comparant). Juppé est un simple présentateur alors que Chirac est celui qui attire tous les regards.	**CULTUREL**	
REFERENCES A UN BAGAGE CULTUREL	CIRQUE, FOIRE		
TRAITS ASSOCIES AU PERSONNAGE	Chirac monte un show sur sa performance en Europe, jugée par lui même et par Juppé comme réussie. Il veut se montrer comme un homme fort. Juppé est représenté dans un rapport d'infériorité, c’est un simple présentateur alors que Chirac est celui qui attire tous les regards.		

I197	IMAGE DU *CANARD ENCHAÎNÉ*		
DATE : 3/04/2002	**EMPLACEMENT : CG page 7**	**TAILLE : 2x2**	**AUTEUR : Cabu**
SIGNES ICONIQUES ET PLASTIQUES		**SIGNES LINGUISTIQUES DANS L'IMAGE**	
PERSONNAGES	Référence à Chirac	**TITRE**	« Jospin aux Antilles une semaine avant Chirac »
GESTES, ACTIONS, POSTURE CORPS PROXEMIQUE	Non représenté	**THEMATIQUE ABORDEE**	La campagne électorale de Jospin et de Chirac
VETEMENTS		**REGISTRE DE LANGUE**	Courant
ANIMAUX, OBJETS		**FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES**	**Métaphore *in absentia*, de nom** : Chirac (comparé absent) est présenté comme un ouragan de promesses **Allusion** à Chirac
DECOR	Plein air, les Antilles		
THEMATIQUE ABORDEE	La campagne électorale de Jospin et Chirac	**MODALITE D'ENONCIATION**	Non représenté
FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES			
TRAITS DE CARACTERE ASSOCIES AU PERSONNAGE	Jospin prend l'avantage par rapport à Chirac en ce qui concerne la visite aux Antilles. Chirac est un ouragan de promesses. Jospin met en exergue le manque de fiabilité de Chirac qui ne cesse de faire des promesses sans les tenir.		
REFERENCES A UN BAGAGE CULTUREL		**REFERENCES A UN BAGAGE CULTUREL**	Les catastrophes naturelles, comme les ouragans, sont assez habituelles en Amérique Central
PROCEDES HUMORISTIQUES	Analogie - Référence culturelle - Allusion		

Tableau 5.2. Exemple de grille d'analyse qualitative conçue en Word pour étudier les images du corpus. Exemple d'une caricature de S/12.

<table>
<tr><th>I383</th><th colspan="4">IMAGE DU CANARD ENCHAÎNÉ</th></tr>
<tr><td>DATE : 18/05/05 – N°4412</td><td colspan="2">EMPLACEMENT : Canardages, page 6, cadre inférieur gauche.</td><td>TAILLE : 2x2</td><td>AUTEUR : Pancho</td></tr>
<tr><td colspan="3">SIGNES ICONIQUES ET PLASTIQUES</td><td colspan="2">SIGNES LINGUISTIQUES DANS L’IMAGE</td></tr>
<tr><td>PERSONNAGES</td><td colspan="2">CHIRAC ET SARKOZY</td><td>TITRE</td><td>«Bicentenaire: on ne retrouve pas tout rue des Morillons »</td></tr>
<tr><td rowspan="2">ASPECTS PHYSIQUES</td><td>Déformations, expressions/gestes, actions</td><td>Chirac est un peu envoûté, son nez est long, son menton proéminent. Il porte des lunettes.
Il est devant un bureau d’objets trouvés. Sarkozy est l’employé, Chirac le client. Tous les deux ont des têtes proportionnellement plus grandes que les corps.</td><td>REGISTRE DE LANGUE</td><td>Courant</td></tr>
<tr><td>Proxémique</td><td>Chirac et Sarkozy sont l’un en face de l’autre, ils ne sont pas en contact.</td><td rowspan="2">FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES</td><td rowspan="2">Métaphore du nom, in praesentia: Chirac va au Service des Objets Trouvés parce qu’il ne trouve pas son parti. Son parti (comparé) est perdu (comparant).</td></tr>
<tr><td>VETEMENTS</td><td colspan="2">Costumes, chemises, cravates.</td></tr>
<tr><td>ANIMAUX, OBJETS</td><td colspan="2">Une table, un écran d’ordinateur, les lunettes de Chirac. Objets trouvés : des parapluies, des chapeaux, des portables, des horloges, une radio, un patin à roulettes.</td><td rowspan="4">REFERENCES A UN BAGAGE CULTUREL</td><td rowspan="4">Le Service des Objets Trouvés de la RATP est au 36, rue des Morillons, à Paris. Il fut crée le 14 mai 1805, d’où qu’on parle de « bicentenaire ».</td></tr>
<tr><td>DECOR</td><td colspan="2">Un magasin d’objets trouvés</td></tr>
<tr><td>FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES</td><td colspan="2">Ironiquement, et métaphoriquement (in praesentia) l’employé du magasin d’objets trouvés est Sarkozy, du même parti politique que Chirac mais adversaire depuis longtemps.</td></tr>
<tr><td>REFERENCES A UN BAGAGE CULTUREL</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>THEMATIQUE ABORDEE</td><td colspan="4">Le parti UMP n’est plus comme avant : désarticulation, conflits d’intérêts, concurrence politique et bicentenaire Serv RATP</td></tr>
<tr><td>TRAITS DE CARACTERE ASSOCIES AU PERSONNAGE</td><td colspan="4">Chirac est un nostalgique qui aimerait que le parti politique qu'il a créé soit comme avant. Maintenant il existe des conflits d’intérêts et une forte concurrence politique, en grande partie incarnée par Sarkozy</td></tr>
<tr><td>INTERPRETATION</td><td colspan="4">Chirac est à tel point nostalgique de son parti politique d’autrefois, qu’il va le chercher au Service des Objets Trouvés. L’employé est ironiquement Sarkozy, qui lui demande des précisions sur le parti en question.</td></tr>
</table>

	Il faut signaler que le journal a l'habitude de les représenter en constant conflit ; des gros adversaires politiques appartenant au même parti politique et ayant une même ambition à cette époque-là : être élus présidents en 2007.
PROCEDES HUMORISTIQUES	Ironie - Analogie

IS02	**IMAGE DE *SATIRA/12***			
DATE : 15/07/1989	**EMPLACEMENT :** page 2 supplément Sátira/12	**TAILLE :** 2x3	**TYPE D'IMAGE :** caricature	**AUTEUR :** Pati

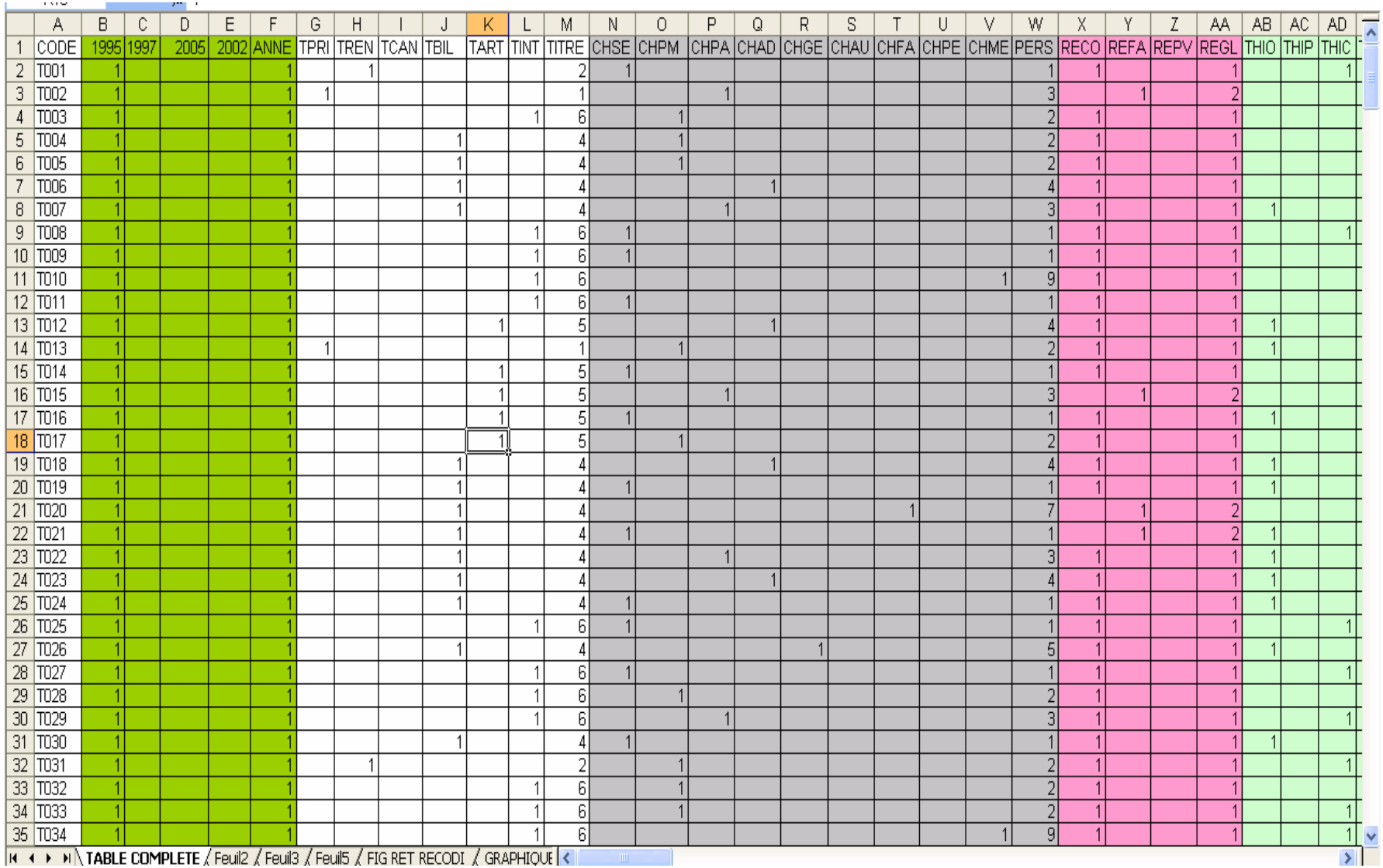
SIGNES ICONIQUES ET PLASTIQUES			**SIGNES LINGUISTIQUES DANS L'IMAGE**	
PERSONNAGES	MENEM, DES POLICIERS ET LE PUBLIC		**REGISTRE DE LANGUE**	Courant
ASPECTS PHYSIQUES	**Déformations, expressions/gestes, actions**	A vélo, les bras étendus Actif, informel, souriant	**MODALITE D'ENONCIATION**	Non répertoriable
	Proxémique	Pas en contact	**FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES**	
VETEMENTS	CCC			
ANIMAUX, OBJETS	Vélo			
DECOR	L'arrivée d'une course des vélos- plein air		**REFERENCES A UN BAGAGE CULTUREL**	
FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES	**Métaphore *in praesentia*** : la prise de pouvoir de Menem est comparée au triomphe d'une course cycliste. Il arrive à la ligne sans se servir de ses mains, tout en levant les mains comme les cyclistes font souvent au moment de traverser la ligne d'arrivée. **Allusion** à l'ajustement, augmentation du prix de l'essence.			
REFERENCES A UN BAGAGE CULTUREL	Les triomphes des courses de cyclistes			
THEMATIQUE ABORDEE	Le début du mandat de Menem et les ajustements économiques.			
TRAITS DE CARACTERE ASSOCIES AU PERSONNAGE	Menem se vante d'être élu président. Il est habile. Menem est populaire, il est pourvu d'autorité au début de son mandat. Son mandat commence au milieu de la crise économique. Loin d'une cérémonie glamoureuse, il démarre son gouvernement modestement, à vélo.			
PROCEDES HUMORISTIQUES	Allusion – Analogie			

IS42	**IMAGE DE *SATIRA/12***		
DATE : 29/04/95	**EMPLACEMENT :** CI	**TYPE D'IMAGE :** caricature	**AUTEUR : WOLF Y TOUL**

<table>
<tr><th colspan="3">SIGNES ICONIQUES ET PLASTIQUES</th><th colspan="2">SIGNES LINGUISTIQUES DANS L'IMAGE</th></tr>
<tr><td>PERSONNAGES</td><td colspan="2">MENEM, RUCKAUF y otros partidarios políticos</td><td>REGISTRE DE LANGUE</td><td>Corriente</td></tr>
<tr><td rowspan="2">ASPECTS PHYSIQUES</td><td>Déformations, expressions/gestes, actions</td><td>Habla con Ruckauf</td><td>MODALITE D'ENONCIATION</td><td>Asertivo</td></tr>
<tr><td>Proxémique</td><td>Todos aplastados en el Menemóvil</td><td rowspan="3">FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES</td><td rowspan="3">Alusión a la cantidad de peajes que hay en Buenos Aires, el tiempo que se pierde y los costos que implican. Esta referencia es irónica porque es Menem quien decidió implementar los peajes.</td></tr>
<tr><td>VETEMENTS</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>ANIMAUX, OBJETS</td><td colspan="2">Menemóvil y peaje</td></tr>
<tr><td>DECOR</td><td colspan="2">Aire libre</td><td rowspan="3">REFERENCES A UN BAGAGE CULTUREL</td><td rowspan="3">PEAJE</td></tr>
<tr><td>FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES</td><td colspan="2">Hipérbola: exageración sobre la cantidad de gente del partido oficialista que parte en caravana</td></tr>
<tr><td>REFERENCES A UN BAGAGE CULTUREL</td><td colspan="2">PEAJE</td></tr>
<tr><td>THEMATIQUE ABORDEE</td><td colspan="4">La campaña presidencial de Menem y Ruckauf, los peajes en las autopistas</td></tr>
<tr><td>TRAITS DE CARACTERE ASSOCIES AU PERSONNAGE</td><td colspan="4">Menem no tomó una buena decisión al establecer el sistema de peajes, ni él está contento al usarlos. Ineficaz.</td></tr>
<tr><td>PROCEDES HUMORISTIQUES</td><td colspan="4">Ironía
Alusión – Se le vuelve en contra algo: inversión</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>IS51</th><th colspan="4">IMAGE DE SATIRA/12</th></tr>
<tr><td>DATE : 20/05/1995</td><td colspan="2">EMPLACEMENT : CID</td><td colspan="2">TYPE D'IMAGE : caricatura</td><td>AUTEUR : TOUL</td></tr>
<tr><td colspan="3">SIGNES ICONIQUES ET PLASTIQUES</td><td colspan="3">SIGNES LINGUISTIQUES DANS L'IMAGE</td></tr>
<tr><td>PERSONNAGES</td><td colspan="2">MENEM Y PERIODISTAS</td><td>REGISTRE DE LANGUE</td><td colspan="2">Corriente</td></tr>
<tr><td rowspan="2">ASPECTS PHYSIQUES</td><td>Déformations, expressions/gestes, actions</td><td>Menem responde preguntas</td><td>MODALITE D'ENONCIATION</td><td colspan="2">Declarativo</td></tr>
<tr><td>Proxémique</td><td>El está arriba, a unos metros de los periodistas</td><td rowspan="3">FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES</td><td colspan="2" rowspan="3">Derivaciónx2: asumir y asume; votó, votaron.
Repetición de una frase.
Pleonasmo: triunfó porque ganó
Alusión a las palabras de Tacchi</td></tr>
<tr><td>VETEMENTS</td><td colspan="2">CCC</td></tr>
<tr><td>ANIMAUX, OBJETS</td><td colspan="2">Tarima, micrófonos, papeles</td></tr>
<tr><td>DECOR</td><td colspan="2">Sala de conferencia</td><td rowspan="3">REFERENCES A UN BAGAGE CULTUREL</td><td colspan="2" rowspan="3"></td></tr>
<tr><td>FIGURES RHETORIQUES IDENTIFIEES</td><td colspan="2">Antítesis: construcción de la imagen dividida en dos: abajo el tumulto de periodistas, arriba Menem sólo.</td></tr>
<tr><td>REFERENCES A UN BAGAGE CULTUREL</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>THEMATIQUE ABORDEE</td><td colspan="5">Los resultados de las elecciones presidenciales</td></tr>
<tr><td>TRAITS DE CARACTERE ASSOCIES AU PERSONNAGE</td><td colspan="5">Menem se burla de los periodistas, es hábil y hace humor. Es megalómano. Es grosero y no diplomático. Como Tacchi, quiere insultar a los argentinos. Es soberbio: el tiene razón.</td></tr>
<tr><td>PROCEDES HUMORISTIQUES</td><td colspan="5">ABSURDO. Incoherencia paradoxal.</td></tr>
</table>

Tableau 0.3 Exemple de grille d'analyse qualitative conçue en Word pour étudier les images du corpus. Exemple d'une caricature de S/12.



	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD
1	CODE	1995	1997	2005	2002	ANNE	TPRI	TREN	TCAN	TBIL	TART	TINT	TITRE	CHSE	CHPM	CHPA	CHAD	CHGE	CHAU	CHFA	CHPE	CHME	PERS	RECO	REFA	REPV	REGL	THIO	THIP	THIC
2	T001	1				1		1					2	1									1	1			1			1
3	T002	1				1	1						1			1							3		1		2			
4	T003	1				1						1	6		1								2	1			1			
5	T004	1				1				1			4		1								2	1			1			
6	T005	1				1				1			4		1								2	1			1			
7	T006	1				1				1			4				1						4	1			1			
8	T007	1				1				1			4			1							3	1			1	1		
9	T008	1				1						1	6	1									1	1			1			1
10	T009	1				1						1	6	1									1	1			1			
11	T010	1				1						1	6									1	9	1			1			
12	T011	1				1						1	6	1									1	1			1			
13	T012	1				1					1		5				1						4	1			1	1		
14	T013	1				1	1						1		1								2	1			1	1		
15	T014	1				1					1		5	1									1	1			1			
16	T015	1				1					1		5			1							3		1		2			
17	T016	1				1					1		5	1									1	1			1	1		
18	T017	1				1					1		5		1								2	1			1			
19	T018	1				1				1			4				1						4	1			1	1		
20	T019	1				1				1			4	1									1	1			1	1		
21	T020	1				1				1			4							1			7		1		2			
22	T021	1				1				1			4	1									1		1		2	1		
23	T022	1				1				1			4			1							3	1			1	1		
24	T023	1				1				1			4				1						4	1			1	1		
25	T024	1				1				1			4	1									1	1			1	1		
26	T025	1				1						1	6	1									1	1			1			1
27	T026	1				1				1			4					1					5	1			1	1		
28	T027	1				1						1	6	1									1	1			1			1
29	T028	1				1						1	6		1								2	1			1			
30	T029	1				1						1	6			1							3	1			1			1
31	T030	1				1				1			4	1									1	1			1	1		
32	T031	1				1		1					2		1								2	1			1			1
33	T032	1				1						1	6		1								2	1			1			
34	T033	1				1						1	6		1								2	1			1			1
35	T034	1				1						1	6									1	9	1			1			1

TABLE COMPLETE / Feuil2 / Feuil3 / Feuil5 / FIG RET RECODI / GRAPHIQUE

Tableau 0.4 Exemple de grille d'analyse quantitative conçue en Excel, appliquée aux titres du corpus français (le modèle original sert aux titres et images). Les lignes correspondent à des titres, les colonnes à des variables et leurs modalités. Les colonnes qui ont la même couleur appartiennent à une même variable. La colonne à droite de chaque section colorée récupère la codification faite pour chaque variable.

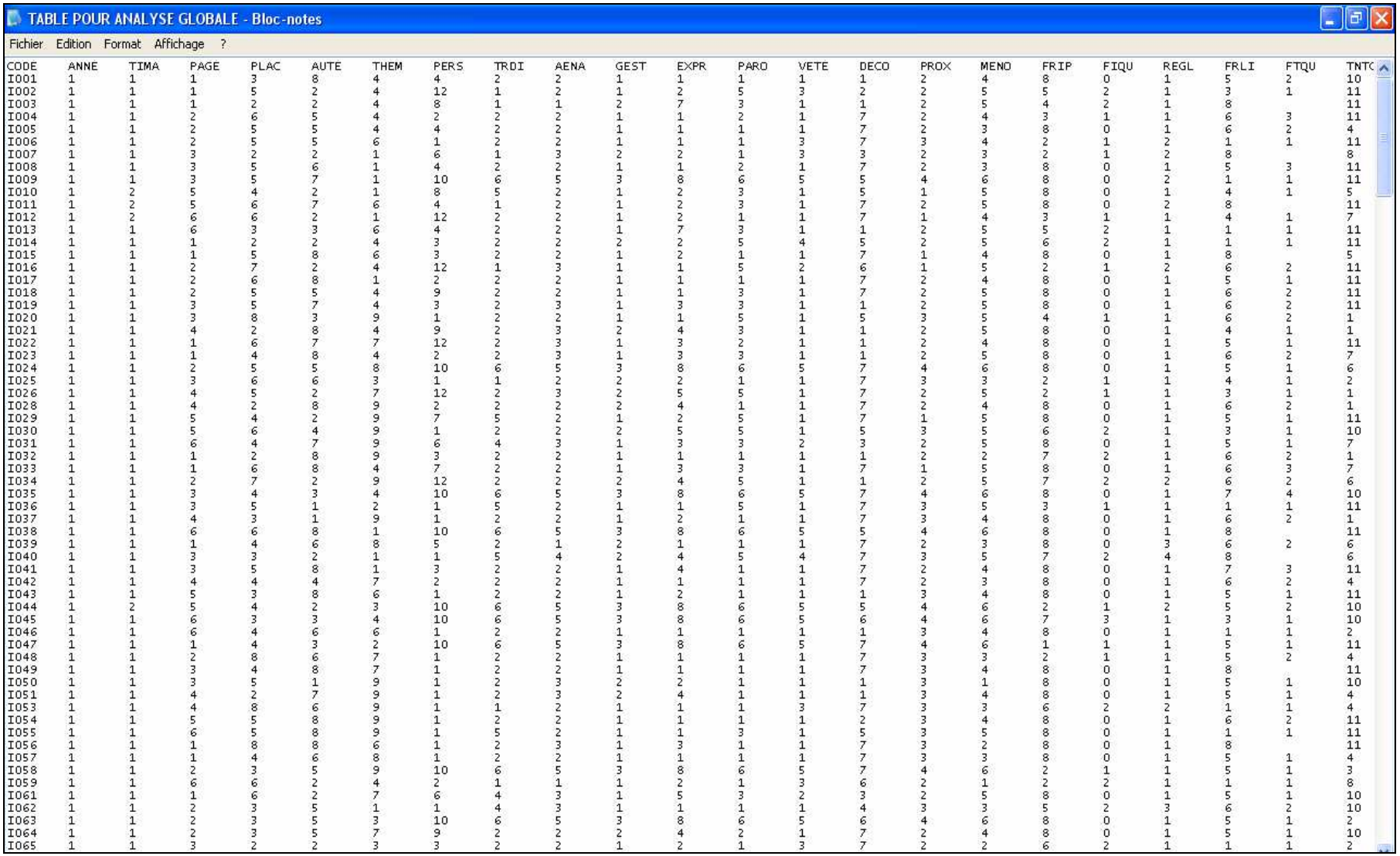


TABLE POUR ANALYSE GLOBALE - Bloc-notes

Fichier Edition Format Affichage ?

CODE	ANNE	TIMA	PAGE	PLAC	AUTE	THEM	PERS	TRDI	AENA	GEST	EXPR	PARO	VETE	DECO	PROX	MENO	FRIP	FIQU	REGL	FRLI	FTQU	TNTC
I001	1	1	1	3	8	4	4	2	2	1	1	1	1	1	2	4	8	0	1	5	2	10
I002	1	1	1	5	2	4	12	1	2	1	2	5	3	2	2	5	5	2	1	3	1	11
I003	1	1	1	2	2	4	8	1	1	2	7	3	1	1	2	5	4	2	1	8		11
I004	1	1	2	6	5	4	2	2	2	1	1	2	1	7	2	4	3	1	1	6	3	11
I005	1	1	2	5	5	4	4	2	2	1	1	1	1	7	2	3	8	0	1	6	2	4
I006	1	1	2	5	5	6	1	2	2	1	1	1	3	7	3	4	2	1	2	1	1	11
I007	1	1	3	2	2	1	6	1	3	2	2	1	3	3	2	3	2	1	2	8		8
I008	1	1	3	5	6	1	4	2	2	1	1	2	1	7	2	3	8	0	1	5	3	11
I009	1	1	3	5	7	1	10	6	5	3	8	6	5	5	4	6	8	0	2	1	1	11
I010	1	2	5	4	2	1	8	5	2	1	2	3	1	5	1	5	8	0	1	4	1	5
I011	1	2	5	6	7	6	4	1	2	1	2	3	1	7	2	5	8	0	2	8		11
I012	1	2	6	6	2	1	12	2	2	1	2	1	1	7	1	4	3	1	1	4	1	7
I013	1	1	6	3	3	6	4	2	2	1	7	3	1	1	2	5	5	2	1	1	1	11
I014	1	1	1	2	2	4	3	2	2	2	2	5	4	5	2	5	6	2	1	1	1	11
I015	1	1	1	5	8	6	3	2	2	1	2	1	1	7	1	4	8	0	1	8		5
I016	1	1	2	7	2	4	12	1	3	1	1	5	2	6	1	5	2	1	2	6	2	11
I017	1	1	2	6	8	1	2	2	2	1	1	1	1	7	2	4	8	0	1	5	1	11
I018	1	1	2	5	5	4	9	2	2	1	1	3	1	7	2	5	8	0	1	6	2	11
I019	1	1	3	5	7	4	3	2	3	1	3	3	1	1	2	5	8	0	1	6	2	11
I020	1	1	3	8	3	9	1	2	2	1	1	5	1	5	3	5	4	1	1	6	2	1
I021	1	1	4	2	8	4	9	2	3	2	4	3	1	1	2	5	8	0	1	4	1	1
I022	1	1	1	6	7	7	12	2	3	1	3	2	1	1	2	4	8	0	1	5	1	11
I023	1	1	1	4	8	4	2	2	3	1	3	3	1	1	2	5	8	0	1	6	2	7
I024	1	1	2	5	5	8	10	6	5	3	8	6	5	7	4	6	8	0	1	5	1	6
I025	1	1	3	6	6	3	1	1	2	2	2	1	1	7	3	3	2	1	1	4	1	2
I026	1	1	4	5	2	7	12	2	3	2	5	5	1	7	2	5	2	1	1	3	1	1
I028	1	1	4	2	8	9	2	2	2	2	4	1	1	7	2	4	8	0	1	6	2	1
I029	1	1	5	4	2	9	7	5	2	1	2	5	1	7	1	5	8	0	1	5	1	11
I030	1	1	5	6	4	9	1	2	2	2	5	5	1	5	3	5	6	2	1	3	1	10
I031	1	1	6	4	7	9	6	4	3	1	3	3	2	3	2	5	8	0	1	5	1	7
I032	1	1	1	2	8	9	3	2	2	1	1	1	1	1	2	2	7	2	1	6	2	1
I033	1	1	1	6	8	4	7	2	2	1	3	3	1	7	1	5	8	0	1	6	3	7
I034	1	1	2	7	2	9	12	2	2	2	4	5	1	1	2	5	7	2	2	6	2	6
I035	1	1	3	4	3	4	10	6	5	3	8	6	5	7	4	6	8	0	1	7	4	10
I036	1	1	3	5	1	2	1	5	2	1	1	5	1	7	3	5	3	1	1	1	1	11
I037	1	1	4	3	1	9	1	2	2	1	2	1	1	7	3	4	8	0	1	6	2	1
I038	1	1	6	6	8	1	10	6	5	3	8	6	5	5	4	6	8	0	1	8		11
I039	1	1	1	4	6	8	5	2	1	2	1	1	1	7	2	3	8	0	3	6	2	6
I040	1	1	3	3	2	1	1	5	4	2	4	5	4	7	3	5	7	2	4	8		6
I041	1	1	3	5	8	1	3	2	2	1	4	1	1	7	2	4	8	0	1	7	3	11
I042	1	1	4	4	4	7	2	2	2	1	1	1	1	7	2	3	8	0	1	6	2	4
I043	1	1	5	3	8	6	1	2	2	1	2	1	1	1	3	4	8	0	1	5	1	11
I044	1	2	5	4	2	3	10	6	5	3	8	6	5	5	4	6	2	1	2	5	2	10
I045	1	1	6	3	3	4	10	6	5	3	8	6	5	6	4	6	7	3	1	3	1	10
I046	1	1	6	4	6	6	1	2	2	1	1	1	1	1	3	4	8	0	1	1	1	2
I047	1	1	1	4	3	2	10	6	5	3	8	6	5	7	4	6	1	1	1	5	1	11
I048	1	1	2	8	6	7	1	2	2	1	1	1	1	7	3	3	2	1	1	5	2	4
I049	1	1	3	4	8	7	1	2	2	1	1	1	1	7	3	4	8	0	1	8		11
I050	1	1	3	5	1	9	1	2	3	2	2	1	1	1	3	1	8	0	1	5	1	10
I051	1	1	4	2	7	9	1	2	3	2	4	1	1	1	3	4	8	0	1	5	1	4
I053	1	1	4	8	6	9	1	1	2	1	1	1	3	7	3	3	6	2	2	1	1	4
I054	1	1	5	5	8	9	1	2	2	1	1	1	1	2	3	4	8	0	1	6	2	11
I055	1	1	6	5	8	9	1	5	2	1	1	3	1	5	3	5	8	0	1	1	1	11
I056	1	1	1	8	8	6	1	2	3	1	3	1	1	7	3	2	8	0	1	8		11
I057	1	1	1	4	6	8	1	2	2	1	1	1	1	7	3	3	8	0	1	5	1	4
I058	1	1	2	3	5	9	10	6	5	3	8	6	5	7	4	6	2	1	1	5	1	3
I059	1	1	6	6	2	4	2	1	1	1	2	1	3	6	2	1	2	2	1	1	1	8
I061	1	1	1	6	2	7	6	4	3	1	5	3	2	3	2	5	8	0	1	5	1	10
I062	1	1	2	3	5	1	1	4	3	1	1	1	1	4	3	3	5	2	3	6	2	10
I063	1	1	2	3	5	3	10	6	5	3	8	6	5	6	4	6	8	0	1	5	1	2
I064	1	1	2	3	5	7	9	2	2	2	4	2	1	7	2	4	8	0	1	5	1	10
I065	1	1	3	2	2	3	3	2	2	1	2	1	3	7	2	2	6	2	1	1	1	2

Tableau 0.5 Exemple de grille d'analyse quantitative conçue en *txt, prête pour les traitements statistiques. Les lignes correspondent à des images, les colonnes à des variables. Chaque colonne présente la codification qui renvoie aux modalités analysées.

Tableaux de dimensions, variables et modalités d'analyse

Nous présentons ci-dessous les deux tableaux conçus pour la codification des titres et images du corpus de référence.

SYSTÈME CATÉGORIEL APPLIQUÉ AUX TITRES				
DIMENSION	**VARIABLE**	**MODALITE**	**ETIQUETTE**	**FREQUENCE ABSOLUE**
DIMENSIONS DE CARACTERISATION				
PERIODE D'ANALYSE	PERIODE D'ANALYSE	(4)		
		1995	1995	79
		1997	1997	39
		2002	2002	80
		2005	2005	36
TYPE DE TITRE	TYPE DE TITRE	(6)	TITR	
		Principal	TPRI	16
		Bandeau	TREN	19
		Oreilles	TCAN	8
		Billet, écho	TBIL	74
		Article Une et Fausse Une	TART	31
		Article Intérieur	TINT	86
DIMENSIONS DE CONTENU				
PERSONNAGES	PERSONNAGES DONT IL EST QUESTION	(9)	PERS	
		Chirac	CHSE	98
		Chirac et son premier ministre	CHPM	29
		Chirac et des amis ou partisans politiques	CHPA	37
		Chirac et des adversaires politiques	CHAD	24
		Chirac et des gouvernants étrangers	CHGE	22
		Chirac et d'autres personnes	CHAU	7
		Chirac et sa famille	CHFA	6
		Chirac et le peuple, les citoyens	CHPE	6
		Chirac et les médias	CHME	5
THEMATIQUES	THEMATIQUES ABORDEES	(9)	THEM	
		Politique intérieure:		
		Communication politique, relations publiques et opinion publique liées au Président.	THIO	49
		Evénements de participation citoyenne.	THIP	56
		Affaires de corruption ou de malhonnêteté dans lesquelles le Président pourrait être impliqué.	THIC	31
		Actions gouvernementales.	THIG	23
		Utilisation controversée du pouvoir, dont la dissolution de l'Assemblée.	THIA	7
		Autre	THIU	10
		Politique extérieure:		
		Actions militaires de la France (y compris la communication du Président sur ces sujets)	THEM	18
		Actions diplomatiques, négociations de la France	THED	18
		Thématiques mixtes (que ce soit de politique intérieure ou extérieure)	THEX	22

TRAITS DE CARACTERE ASSOCIES AU PERSONNAGE	*COMPETENCE* (2)			
	EFFICACITE (3)	Négatif	COEN	32
		Positif	COEP	4
		Absent	COE-	198
	FORMATION ET INTELLIGENCE (3)	Négatif	COIN	17
		Positif	COIP	4
		Absent	COI-	213
	INTEGRITE (2)			
	MORALE (3)	Négatif	INON	48
		Positif	INOP	0
		Absent	INN-	232
	SINCERITE (3)	Négatif	INSN	33
		Positif	INSP	0
		Absent	INS-	201
	FIABILITE (3)			
	STABILITE EMOTIONNELLE ET RATIONALITE (3)	Négatif	FISN	27
		Positif	FISP	1
		Absent	FIS-	206
	CAPACITE DE DECISION (3)	(3)	FICA	
		Négatif	FICN	10
		Positif	FICP	10
		Absent	FIC-	214
	LOYAUTE (3)	(3)	FILO	
		Négatif	FILN	10
		Positif	FILP	6
		Absent	FIL-	218
	CHARISME ET EMPATHIE (3)			
	APTITUDES COMMUNICATIONNELLES (3)	Négatif	CECN	27
		Positif	CECP	1
		Absent	CEC-	206
	AUTORITE (3)	Négatif	CEUN	19
		Positif	CEUP	17
		Absent	CEU-	198
	POPULARITE (3)	Négatif	CEPN	28
		Positif	CEPP	17
		Absent	CEP-	201
	NOMBRE DE TRAITS DE CARACTERE (4)	Un trait de caractère	TCUN	133
		Deux traits de caractère	TCDE	52
		Trois/quatre traits de caractère	TCTQ	13
		Aucun trait de caractère	TCAU	36
TRAITS DE CARACTERE ASSOCIES AU PERSONNAGE	TRAITS NEGATIFS : 1 SEULE VARIABLE (13)			
		Renvoie seulement à « Efficacité et intelligence »	TNSC	19
		Renvoie seulement à « Morale »	TNSM	35
		Renvoie seulement à « Sincérité »	TNSS	14
		Renvoie seulement à « Stabilité émotionnelle et capacité de décision »	TNSE	14
		Renvoie seulement à « Loyauté »	TNSL	6
		Renvoie seulement à « Aptitudes communicationnelles »	TNSO	11
		Renvoie seulement à « Autorité »	TNSA	10
		Renvoie seulement à « Popularité »	TNSP	13
		Renvoie à « morale » et « sincérité »	TNDM	9
		Renvoie à « Efficacité et intelligence » et « Popularité » seuls ou	TNCC	9

		avec un autre trait négatif		
		Renvoie à « Sincérité » et « Stabilité émotionnelle et capacité de décision » seuls ou avec un autre trait négatif	TNCE	6
		Renvoie à d'autres combinaisons doubles, triples ou quadruples	TNCT	30
		Ne renvoie à aucun trait négatif	TNAU	58
	TRAITS POSITIFS: 1 SEULE VARIABLE	(4)		
		Renvoie seulement à « Stabilité émotionnelle et capacité de décision »	TPSE	10
		Renvoie seulement à « Autorité »	TPSA	14
		Renvoie à d'autre/s trait/s positif/s	TPAC	20
		Ne renvoie à aucun trait positif	TPAU	190
RAPPORTS ENTRE PERSONNAGES	RAPPORTS ENTRE PERSONNAGES	(3)		
		Rapport de collaboration	RAPC	61
		Rapport d'antagonisme	RAPA	55
		Absent	RAP-	118
DIMENSIONS DE LA FORME				
REGISTRE DE LANGUE	REGISTRE DE LANGUE	(3)	REGL	
		Courant	RECO	169
		Familier	REFA	50
		Populaire ou vulgaire	REPV	15
FIGURES RHETORIQUES	FIGURES DE MOTS	Présence	FMOO	32
		Absence	FMON	202
	FIGURES DE CONTIGUÏTE	Présence	FCOO	28
		Absence	FCON	206
	METAPHORES FIGEES ET LEXICALISEES	Présence	FMFO	49
		Absence	FMFN	185
	D'AUTRES FIGURES D'ASSOCIATION	Présence	FASO	62
		Absence	FASN	172
	FIGURES DE DOUBLE SENS	Présence	FDSO	66
		Absence	FDSN	168
	FIGURES DE CONSTRUCTION	Présence	FCNO	56
		Absence	FCNN	178
	IRONIE ET SES VARIANTES	Présence	FIRV	52
		Absence	FIRO	182
	D'AUTRES FIGURES DE PENSEE	Présence	FPEO	63
		Absence	FPEN	171
	TYPES DE FIGURES COMBINEES PAR INDIVIDU	Une seule combinaison (il y a deux figures)	FUNE	73
		Combinaison de deux types de figures (il y a trois figures)	FDEU	42
		Combinaison de trois ou plus de trois types de figures (il y a quatre figures ou plus)	FTRO	13
		Aucune combinaison (il n'y a aucune ou seulement une figure détectée)	FAUC	106
	QUANTITE DE FIGURES DETECTEES PAR INDIVIDU (VARIABLE CONTINUE)	Une seule figure a été détectée		70
		Deux figures ont été		68

		détectées		
		Trois figures ont été détectées		47
		Quatre figures ont été détectées		12
		Cinq figures ont été détectées		9
		Six figures ont été détectées		1
		Sept figures ont été détectées		1
	TYPE ET COMBINAISON DE FIGURES DETECTEES : 1 SEULE VARIABLE	(13)		
		Il n'y a que figures de mots et/ou de double sens	FMDS	19
		Il n'y a que figures de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées	FCMF	21
		Il n'y a que d'autres figures d'association	FASO	18
		Il n'y a que figures de construction	FCNO	7
		Il n'y a que figures de pensée	FIPE	27
		Il y a combinaison double de figures de mots et/ou de double sens et figures de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées	FDMM	12
		Il y a combinaison double de figures de mots et/ou de double sens et figures de construction	FDMN	8
		Il y a combinaison double de figures de mots et/ou de double sens et de figures de pensée	FDMP	14
		Il y a combinaison double de figures de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées et figures de pensée	FDCP	8
		Il y a combinaison double de figures de construction et figures de pensée	FDNP	12
		Il y a d'autres combinaisons doubles	FDAU	23
		Il y a combinaison triple ou plus	FTPL	39
		Il n'y a aucune figure	FAUC	26
REFERENCES CULTURELLES	THEMES	(7)	RCTH	
		Art et philosophie	RCAP	13
		Géographie, histoire, politique et institutionnelle	RCGH	16
		Jeux et sports	RCJS	8
		Médias	RCME	9
		Langage	RCLA	25
		Symboles, traditions, religions	RCST	10
		Absent	RCAU	153
	ECHELLE	(5)	RCCO	
		Nationale	RCNA	51
		Européenne	RCEU	9
		Non européenne	RCNE	9

		Universelle	RCUN	12
		Absent	RCCA	153
	MODE	(3)	RCFO	
		Direct	RCDI	45
		Indirect	RCIN	36
		Absent	RCFA	153
	TYPE DE SAVOIR MOBILISE	(3)	RCSM	
		Savoir populaire	RCSP	61
		Savoir cultivé ou spécialisé	RCSC	20
		Absent	RCSA	153

Tableau 0.6 Ensemble de variables utilisées dans les diverses analyses réalisées pour le traitement du corpus des titres du CE, avec l'étiquette utilisée pour les analyse statistiques (toujours en quatre caractères) et les fréquences absolues. Deux dimensions d'analyse (les traits de caractère et les figures rhétoriques) ont été transformées en une seule variable chacune pour les analyses globales de la section 7.5.

SYSTÈME CATÉGORIEL APPLIQUÉ AUX IMAGES				
DIMENSION	**VARIABLE**	**MODALITÉ**	**ETIQUETTE**	**FREQUENCE ABSOLUE**
DIMENSIONS DE CARACTERISATION				
PERIODE D'ANALYSE	PERIODE D'ANALYSE	(4)		
		1995	1995	111
		1997	1997	72
		2002	2002	133
		2005	2005	89
TYPE D'IMAGE	TYPE D'IMAGE	(2)	TIMA	
		Dessin d'actualité, caricature	TIDE	372
		Strip, petite BD	TIBD	33
PAGE	PAGE	(6)	PAGE	
		1	PA01	65
		2	PA02	104
		3 & 4	PA34	77
		5	PA05	53
		6 & 7	PA67	43
		8	PA08	63
EMPLACEMENT	EMPLACEMENT	(8)	PLAC	
		Section supérieure ou inférieure	ESSI	19
		Cadre supérieur droit	ECSD	44
		Cadre supérieur gauche	ECSG	61
		Cadre inférieur droit	ECID	78
		Cadre inférieur gauche	ECIG	85
		Centre ; centre gauche ; Centre droit	ECEN	55
		Centre supérieur	ECES	29
		Centre inférieur	ECEI	34
AUTEUR	AUTEUR	(8)	AUTE	
		Brito, Guiraud, Potus, Shertman, Wozniak	AUAU	22
		Cabu	AUBU	99
		Cardon	AUCA	26
		Delambre, Kiro, Pancho	AUDP	38
		Escaro	AUES	58
		Kerleroux	AUKE	34
		Lefred-Thouron	AULT	52
		Pétillon	AUPE	76
DIMENSIONS DE CONTENU				
PERSONNAGES	PERSONNAGES REPRESENTES	(12)	PERS	
		Chirac	CHSE	94
		Chirac et son premier ministre	CHPM	62
		Chirac et des amis ou partisans politiques	CHPA	18
		Chirac et des adversaires politiques	CHAD	21
		Chirac et des gouvernants étrangers	CHGE	10
		Chirac et sa famille	CHFA	32
		Chirac et le peuple français ou étranger, Chirac et les journalistes	CHPE	23
		Combinaison de modalités : Chirac et des acteurs non politiques ou Chirac avec des acteurs politiques et non politiques	CHMI	31
		Chirac et d'autres personnes	CHAU	11
		Absent	CHNR	53
		Chirac et un conseiller	CHCO	22

		Combinaison de modalités : Chirac et des acteurs politiques	CHOP	28
THEMATIQUES	THEMATIQUES ABORDEES	(8)	THEM	
		Politique intérieure:		
		Communication politique, relations publiques et opinion publique liées au Président.	THIO	63
		Evénements de participation citoyenne.	THIP	125
		Affaires de corruption ou de malhonnêteté dans lesquelles le Président pourrait être impliqué.	THIC	13
		Actions gouvernementales, dont la dissolution de l'Assemblée.	THIG	61
		Autre	THIU	22
		Politique extérieure:		
		Actions militaires de la France (y compris la communication du Président sur ces sujets)	THEM	26
		Actions diplomatiques, négociations de la France	THED	18
		Thématiques mixtes (que ce soit de politique intérieure ou extérieure)	THEX	77
TRAITS DE CARACTERE ASSOCIES AU PERSONNAGE	*COMPETENCE* (2)			
	EFFICACITE (3)	Négatif	COEN	55
		Positif	COEP	11
		Absent	COE-	339
	FORMATION ET INTELLIGENCE (3)	Négatif	COIN	29
		Positif	COIP	11
		Absent	COI-	365
	INTEGRITE (2)			
	MODESTIE (3)	Négatif	INMN	16
		Positif	INMP	0
		Absent	INM-	385
	MORALE (3)	Négatif	INON	46
		Positif	INOP	0
		Absent	INN-	359
	SINCERITE (3)	Négatif	INSN	64
		Positif	INSP	0
		Absent	INS-	341
	FIABILITE (3)			
	STABILITE EMOTIONNELLE ET RATIONALITE (3)	Négatif	FISN	62
		Positif	FISP	0
		Absent	FIS-	343
	CAPACITE DE DECISION (3)	(3)	FICA	
		Négatif	FICN	31
		Positif	FICP	13
		Absent	FIC-	361
	LOYAUTE (3)	(3)	FILO	
		Négatif	FILN	25
		Positif	FILP	2
		Absent	FIL-	380
	RESPONSABILITE (6)	Négatif	FIRN	26
		Positif	FIRP	1
		Absent	FIR-	379
	CHARISME ET EMPATHIE (3)			
	APTITUDES PHYSIQUES (3)	Négatif	CEAN	2
		Positif	CEAP	4

TRAITS DE CARACTERE ASSOCIES AU PERSONNAGE		Absent	CEA-	399
	APTITUDES EMPATHIQUES (3)	Négatif	CEEN	19
		Positif	CEEP	12
		Absent	CEE-	374
	APTITUDES COMMUNICATIONNELLES (3)	Négatif	CECN	33
		Positif	CECP	4
		Absent	CEC-	372
	AUTORITE (3)	Négatif	CEUN	23
		Positif	CEUP	52
		Absent	CEU-	330
	POPULARITE (3)	Négatif	CEPN	51
		Positif	CEPP	8
		Absent	CEP-	346
	NOMBRE DE TRAITS DE CARACTERE (4)	Un trait de caractère	TCUN	209
		Deux traits de caractère	TCDE	106
		Trois/quatre traits de caractère	TCTQ	47
		Aucun trait de caractère	TCAU	43
	TRAITS NEGATIFS : 1 SEULE VARIABLE (13)			
		Renvoie seulement à « Efficacité et intelligence »	TNSC	
		Renvoie seulement à « Morale »	TNSM	
		Renvoie seulement à « Sincérité »	TNSS	
		Renvoie seulement à « Stabilité émotionnelle et capacité de décision »	TNSE	
		Renvoie seulement à « Loyauté »	TNSL	
		Renvoie seulement à « Aptitudes communicationnelles »	TNSO	
		Renvoie seulement à « Autorité »	TNSA	
		Renvoie seulement à « Popularité »	TNSP	
		Renvoie à « morale » et « sincérité »	TNDM	
		Renvoie à « Efficacité et intelligence » et « Popularité » seuls ou avec un autre trait négatif	TNCC	
		Renvoie à « Sincérité » et « Stabilité émotionnelle et capacité de décision » seuls ou avec un autre trait négatif	TNCE	
		Renvoie à d'autres combinaisons doubles, triples ou quadruples	TNCT	
		Ne renvoie à aucun trait négatif	TNAU	
	TRAITS POSITIFS: 1 SEULE VARIABLE	(4)		
		Renvoie seulement à « Stabilité émotionnelle et capacité de décision »	TPSE	
		Renvoie seulement à « Autorité »	TPSA	
		Renvoie à d'autre/s trait/s positif/s	TPAC	
		Ne renvoie à aucun trait positif	TPAU	

RAPPORTS ENTRE PERSONNAGES	RAPPORTS ENTRE PERSONNAGES	(5)		
		Rapport de collaboration	RAPC	129
		Rapport d'antagonisme	RAPA	59
		Absent	RAP-	70
		Non repértoriable		94
		Absent		53
GOUTS ET HABITUDES DU PERSONNAGE	GOUTS ET HABITUDES DU PERSONNAGE *	(5)	GOUT	
		La bière, la nourriture, bon vivant ; dire des gros mots ; les matchs de football	GOBI	18
		Serrer la main des gens ; les campagnes électorales ; le Salon de l'agriculture (les animaux)	GOMA	11
		Faire de l'humour	GOHU	19
		Son modèle est De Gaulle	GODG	7
		Non repértoriable	GONE	350
DIMENSIONS DE LA FORME				
SIGNES LINGUISTIQUES				
REGISTRE DE LANGUE	REGISTRE DE LANGUE	(4)	REGL	
		Courant	RECO	306
		Familier	REFA	66
		Populaire ou vulgaire	REPV	28
		Non repértoriable		5
POSITION ENONCIATIVE DU PERSONNAGE	POSITION ENONCIATIVE DU PERSONNAGE	(6)	MENO	
		Donner un ordre (phrase impérative)	MEIM	4
		Poser une question (phrase interrogative)	MEIN	30
		Affirmer ou nier qch (phrase assertive)	MEAS	94
		Exclamer quelque chose (phrase exclamative)	MEEX	138
		Non repértoriable	MENE	86
		Absent	MENR	53
FIGURES RHETORIQUES	FIGURES DE MOTS	Présence	FMTO	27
		Absence	FMTN	378
	FIGURES DE CONTIGUÏTE	Présence	FCTO	14
		Absence	FCTN	391
	METAPHORES FIGEES ET LEXICALISEES	Présence	FFTO	45
		Absence	FFTN	360
	D'AUTRES FIGURES D'ASSOCIATION	Présence	FTAO	59
		Absence	FTAN	346
	FIGURES DE DOUBLE SENS	Présence	FTDO	75
		Absence	FDSN	330
	FIGURES DE CONSTRUCTION	Présence	FTNO	81
		Absence	FTNN	324
	IRONIE ET SES VARIANTES	Présence	FTIO	123
		Absence	FTIN	282
	D'AUTRES FIGURES DE PENSEE	Présence	FTPO	131
		Absence	FTPN	274
	TYPES DE FIGURES COMBINEES PAR INDIVIDU	Une seule combinaison (il y a deux figures)	FTUN	210
		Combinaison de deux types de figures (il y a trois figures)	FTDE	109
		Combinaison de trois ou plus de trois types de figures (il y a quatre figures ou plus)	FTTR	39
		Aucune combinaison (il n'y a aucune ou	FTAU	47

FIGURES RHETORIQUES		seulement une figure détectée)		
	QUANTITE DE FIGURES DETECTEES PAR INDIVIDU (VARIABLE CONTINUE)	Une seule figure a été détectée		192
		Deux figures ont été détectées		106
		Trois figures ont été détectées		44
		Quatre figures ont été détectées		13
		Cinq figures ont été détectées		1
		Six figures ont été détectées		2
FIGURES RHETORIQUES	TYPE ET COMBINAISON DE FIGURES DETECTEES : 1 SEULE VARIABLE	(13)		
		Il n'y a que des figures de mots et/ou de double sens	FMDS	
		Il n'y a que des figures de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées	FCMF	
		Il n'y a que d'autres figures d'association	FASO	
		Il n'y a que des figures de construction	FCNO	
		Il n'y a que des figures de pensée	FIPE	
		Il y a combinaison double de figures de mots et/ou de double sens et figures de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées	FDMM	
		Il y a combinaison double de figures de mots et/ou de double sens et figures de construction	FDMN	
		Il y a combinaison double de figures de mots et/ou de double sens et de figures de pensée	FDMP	
		Il y a combinaison double de figures de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées et figures de pensée	FDCP	
		Il y a combinaison double de figures de construction et figures de pensée	FDNP	
		Il y a d'autres combinaisons doubles	FDAU	
		Il y a combinaison triple ou plus	FTPL	
		Il n'y a aucune figure	FAUC	
	THEMES	(7)	RCTH	
		Art et philosophie	RCAP	13
		Géographie, histoire, politique et institutionnelle	RCGH	54
		Jeux et sports	RCJS	7
		Médias	RCME	18
		Langage	RCLA	15

REFERENCES CULTURELLES		Symboles, traditions, religions	RCST	16
		Absent	RCAU	10
	COUVERTURE	(5)	RCCO	
		Nationale	RCNA	76
		Européenne	RCEU	14
		Non européenne	RCNE	10
		Universelle	RCUN	7
		Absent	RCCA	288
	MODE	(3)	RCFO	
		Directe	RCDI	84
		Indirecte	RCIN	33
		Absent	RCFA	288
	TYPE DE SAVOIR MOBILISE	(3)	RCSM	
		Savoir populaire	RCSP	53
		Savoir cultivé ou spécialisé	RCSC	64
		Absent	RCSA	288
SIGNES ICONO-PLASTIQUES				
REPRESENTATION GRAPHIQUE DU PERSONNAGE	ACTIONS	Passives	ACPA	72
		Actives	ACAC	280
		Absent	ACNR	53
	GESTES	Formels	GEFO	256
		Informels	GEIN	96
		Absent	GENR	53
	ACTIVITES REALISEES	Jouer	TDJO	71
		Travailler	TDTR	207
		S'entretenir/s'informer (consommation médias)	TDME	15
		Se reposer/Manger	TDRE	26
		Non répertoriable	TDNE	33
		Absent	TDNR	53
	POSTURE DU CORPS	Actions énergiques : Marcher / Courir / Voler (air)/ nager / être en train de tomber / escalader, etc	AEMA	28
		Etre debout	AEDE	199
		Etre assis ou allongé	AEAS	98
		Non répertoriable	AENE	27
		Absent	AENR	53
	EXPRESSIONS FACIALES DES EMOTIONS	Etre sérieux	EXSE	143
		Etre souriant	EXSO	88
		Etre surpris	EXSU	21
		Etre fâché	EXFA	21
		Etre inquiet/mal a l'aise/avoir peur	EXIN	39
		Etre triste	EXTR	13
		Non répertoriable	EXNE	27
		Absent	EXNR	53
	PRISE DE PAROLE	Parler / Crier	PAPA	179
		Dialoguer	PADI	69
		Ecouter	PAEC	48
		Réfléchir/penser	PARE	18
		Non répertoriable	PANE	38
		Absent	PANR	53
	VETEMENTS	Tenues formelles de travail	VEFT	274
		Tenues informelles	VEIN	33
		Tenues fantaisistes/fictives	VEFA	35
		Non répertoriable	VENE	10
		Absent	VENR	53
	PROXEMIQUE	En contact	PREC	27
		Pas en contact	PRPC	233
		Il est tout seul	PRNE	92

		Il n'est pas représenté	PRNR	53
DECOR	DECOR	Salle à l'Elysée, bureau présidentiel, salle de travail/ Devant façade ou jardins de l'Elysée	DESA	75
		Plateau TV/radio / salle de conférence	DEME	16
		Maison/ Endroit de vacances	DEMA	32
		Contexte fictif	DECF	12
		Autre contexte	DEAU	45
		Air libre	DEHO	33
		Absent	DENR	192
FIGURES RHETORIQUES	FIGURES DE CONTIGUÏTE	Présence	FCOO	12
		Absence	FCON	393
	METAPHORES FIGEES ET LEXICALISEES, SYMBOLE	Présence	FMFO	40
		Absence	FMFN	365
	D'AUTRES FIGURES D'ASSOCIATION	Présence	FASO	93
		Absence	FASN	312
	FIGURES DE DOUBLE SENS	Présence	FDSO	8
		Absence	FDSN	397
	FIGURES DE CONSTRUCTION	Présence	FCNO	25
		Absence	FCNN	380
	IRONIE ET SES VARIANTES	Présence	FIRV	10
		Absence	FIRO	395
	D'AUTRES FIGURES DE PENSEE	Présence	FPEO	40
		Absence	FPEN	365
FIGURES RHETORIQUES	TYPES DE FIGURES COMBINEES PAR INDIVIDU	Un seul type de figure rhétorique	FUNE	104
		Deux, trois, quatre ou six types de figures rhétoriques	FDEU	53
		Aucune combinaison (il n'y a aucune ou seulement une figure détectée)	FAUC	248
	QUANTITE DE FIGURES DETECTEES PAR INDIVIDU (VARIABLE CONTINUE)	Une seule figure a été détectée		98
		Deux figures ont été détectées		42
		Trois figures ont été détectées		12
		Quatre figures ont été détectées		4
		Cinq figures ont été détectées		0
		Six figures ont été détectées		1
REFERENCES CULTURELLES	THEMES	(7)	RCTH	
		Art et philosophie	RCAP	8
		Géographie, histoire, politique et institutionnelle	RCGH	18
		Jeux et sports	RCJS	7
		Médias	RCME	7
		Langage	RCLA	5
		Symboles, traditions, religions	RCST	19
		Absent	RCAU	341
	COUVERTURE	(5)	RCCO	
		Nationale	RCNA	26
		Européenne	RCEU	20
		Non européenne	RCNE	5
		Universelle	RCUN	23
		Absent	RCCA	341
		(3)	RCFO	

	MODE	Directe	RCDI	44
		Indirecte	RCIN	20
		Absent	RCFA	341
	TYPE DE SAVOIR MOBILISE	(3)	RCSM	
		Savoir populaire	RCSP	56
		Savoir cultivé ou spécialisé	RCSC	8
		Absent	RCSA	341

Tableau 0.7. Ensemble de variables utilisées dans les diverses analyses réalisées pour le traitement du corpus des images du CE, avec l'étiquette utilisée pour les analyse statistiques (toujours en quatre caractères) et les fréquences absolues. Nous avons différentié les dimensions qui s'occupent des signes linguistiques des celles qui s'occupent des signes icono-plastiques. D'autre part, nous avons signalé avec un * les modalités qui ont été supprimées dans les procédures statistiques à cause de leur nulle ou très faible fréquence d'apparition. Deux dimensions d'analyse (les traits de caractère et les figures rhétoriques) ont été transformées en une seule variable chacune pour les analyses globales de la section 8.5.

La macro-dimension sur les traits de caractère de l'homme politique

La macro-dimension sur les traits de caractère est constituée de quatre dimensions : la compétence, l'intégrité, la fiabilité et le charisme et l'empathie. Ces dimensions présentent des sous-dimensions avec des traits positifs et négatifs. Nous présentons par la suite la liste détaillée des traits, avec la définition de chaque trait, dans son attribut négatif. Le sens des traits positifs pourra être déduit par contraste. Toutes les définitions sont extraites des dictionnaires *Trésor de la Langue Française informatisé (TLFi)* et *Le Micro Robert* (éd. 1998).

- **La compétence** : elle fait référence à l'expérience, aux connaissances et à la capacité pour gouverner. L'homme politique doit avoir à la fois le savoir et le savoir faire. Il doit prouver qu'il a les moyens et les connaissances nécessaires « pour réaliser concrètement ses objectifs en obtenant des résultats positifs »[359]. Elle est composée de deux sous-dimensions : d'une part, la formation et l'intelligence, d'autre part, l'efficacité.

  Formation et Intelligence logique : cette sous-dimension comprend la préparation académique et professionnelle de l'homme politique et son intelligence.

  Traits positifs : astucieux, lucide, inventif, capable, habile, adroit, expérimenté, possédant des connaissances.

  Traits négatifs : non astucieux, non lucide, peu inventif, peu imaginatif, incapable, maladroit, inexpérimenté, ignorant.

Non lucide : qui n'a pas une vue claire et exacte des choses; qui ne fait preuve ni de perspicacité, ni de pénétration d'esprit.

Peu inventif, peu imaginatif : qui manque de créativité, d'imagination fertile, d'idées.

Incapable : « qui n'a pas l'aptitude, la capacité nécessaire », qui n'est pas à la hauteur.

Maladroit: qui n'est pas habile, qui n'a pas d'adresse.

Inexpérimenté : qui n'a pas de pratique suffisante dans un certain domaine.

Ignorant : qui manque de connaissances dans un certain domaine.

[359] P. Charaudeau. (2005). *Le discours politique, les masques du pouvoir.* Paris : Vuibert, p. 96.

Efficacité : cette sous-dimension est liée à la performance de l'homme politique et aux attributs personnels qui contribuent ou non à l'obtention des résultats attendus.

Traits positifs : efficace, opérant, gagnant, travailleur, économe.

Traits négatifs : inefficace, inopérant, perdant, défaitiste, paresseux, gaspilleur.

Inefficace, inopérant : les actions et les mesures mises en œuvre ne produisent pas l'effet attendu. Dépense inutile d'énergie avec des résultats non attendus.

Perdant/ Défaitiste : qui ne réussit pas, n'a pas de succès ou se comporte d'une façon pessimiste dans les activités entreprises.

Paresseux : qui a du « goût pour l'oisiveté », qui évite l'effort.

Gaspilleur : qui dépense inutilement, sans discernement.

- **L'intégrité** : cette dimension fait référence à l'honnêteté, la sincérité, la droiture. « L'homme politique se doit d'être transparent, de ne pas user de tromperies, d'être direct » (Charaudeau, 2005 : 95). Le manque d'intégrité entretient un rapport avec la dissimulation ou la simulation morale afin de tremper dans des affaires de corruption ou de détournement du bien public. Cette dimension est composée de trois sous-dimensions : la modestie, la morale et la sincérité.

  Modestie :

  Traits positifs : modeste, humble.

  Traits négatifs : vaniteux, pédant, ambitieux.

Vaniteux/ Pédant/ Ambitieux : qui est orgueilleux, prétentieux ; qui fait « étalage d'une érudition forcée et livresque » ; qui désire ardemment réussir.

Morale :

Traits positifs : moral, honnête, intègre.

Traits négatifs : immoral, malhonnête, sans scrupules, corrompu.

Immoral/ Malhonnête/ Sans scrupules/Corrompu : se comporter contre la morale, contre sa propre conscience et son devoir.

Sincérité :

Traits positifs : sincère, transparent.

Traits négatifs : hypocrite, faux, menteur, trompeur, opportuniste, opaque, non transparent.

Hypocrite/ Faux/ Menteur/ Trompeur/ Opportuniste : qui dissimule ou déguise ses opinions, sentiments, intentions et peut induire à l'erreur ; « qui n'est pas ce qu'il veut paraître » ; qui ne dit pas la vérité.

Opaque/ Non transparent : qui n'est pas clair, qui a quelque chose à cacher.

- **La fiabilité** : appliquée à un homme politique, cette dimension comprend le fait d'être fidèle à ses engagements, agir au nom de valeurs qui fondent son projet politique, avoir une force de conviction (Charaudeau, 2005 : 94), prendre des mesures réfléchies. Un gouvernant fiable c'est quelqu'un en qui l'on peut avoir confiance, on peut se fier. Cette dimension comprend quatre sous-dimensions : la stabilité émotionnelle et la rationalité, la capacité de décision, la loyauté, et la responsabilité.

  Stabilité émotionnelle et rationalité :

Traits positifs : équilibré, stable, réfléchi, mesuré, souple, consistant, cohérent, logique, rationnel, réaliste.

Traits négatifs : déséquilibré, déstabilisé, instable, vindicatif, impulsif, mégalomane, obstiné, contradictoire, incohérent, ambivalent, irrationnel, utopique, rêveur, éloigné de la réalité.

Déséquilibré/ Déstabilisé/ Instable/ Vindicatif : avoir « des changements d'attitude immotivés » ; être rancunier, « rendre une offense à quelqu'un pour se dédommager moralement ».

Impulsif : « qui agit sous l'impulsion de mouvements spontanés ou plus forts que sa volonté ».

Mégalomane : se croire surpuissant, qui peut tout, avoir un orgueil et une ambition démesurés.

Obstiné : « qui s'attache avec énergie et de manière durable à une manière d'agir, à une idée », être têtu.

Contradictoire/ Incohérent/ Ambivalent/ Irrationnel : qui affirme quelque chose et dit son contraire plus tard ; qui manque de logique et n'est pas dans le domaine de la raison ; qui est ambigu.

Utopiste/ Rêveur / Eloigné de la réalité : avoir un « idéal, une vue politique ou sociale qui ne tient pas compte de la réalité », avoir un « projet qui paraît irréalisable ».

Capacité de décision :

Traits positifs : résolu, déterminé, décidé, fort de conviction, confiant en soi.

Traits négatifs : indécis, incertain, influençable, non confiant en soi.

Indécis/ Incertain/ Influençable/ Non confiant en soi : « qui manque de certitude, de décision, qui est dans le doute » ; qui laisse quelqu'un exercer un pouvoir sur lui et se range à son avis ; qui n'est pas résolu et n'a pas de confiance en soi.

Loyauté :

Traits positifs : loyal, fidèle à ses promesses et promettre avec modération, patriote.

Traits négatifs : déloyal, infidèle à ses promesses et promettant démesurément, non patriote.

Déloyal : ne pas être fidèle, ne pas obéir aux lois de l'honneur ni de la probité.

Infidèle à ses promesses, promettre démesurément : ne pas tenir ses engagements ou faire des promesses sans modération.

Non patriote : ne pas aimer sa patrie ni la servir avec dévouement.

Responsabilité :

Traits positifs : responsable, sérieux.

Traits négatifs : irresponsable, non sérieux, frivole.

Irresponsable et Frivole : « qui agit à la légère » ; qui traite à la légère des sujets graves ou sérieux ou occupe son esprit à des futilités.

- **Le charisme et l'empathie :** cette dimension mixte fait référence à la fois aux aptitudes de leader de l'homme politique et aux aptitudes sociales, tel que le fait de produire l'adhésion des citoyens, être chaleureux, avoir le don de bien s'entendre et de communiquer avec les autres, se mettre à la place de l'autre. Elle est composée de cinq

sous-dimensions : les attributs physiques, les aptitudes communicationnelles, l'autorité, les aptitudes empathiques et la popularité.

Attributs physiques :

Traits positifs : fort, puissant, élégant, belle apparence, dynamique.

Traits négatifs : faible, mauvaise apparence, inélégant, lente.

Faible/ Mauvaise apparence : « qui manque de force, de vigueur physique ».

Inélégant : qui n'a pas un aspect très soigneux.

Aptitudes communicationnelles :

Traits positifs : communicatif, bon orateur, compréhensif, bonne écoute, diplomate, convaincant.

Traits négatifs : non communicatif, mauvais orateur, non compréhensif, mauvaise écoute, non diplomate, grossier, cassant, non convaincant, faire un spectacle de la politique (voir le deuxième chapitre).

Non communicatif/ Mauvais orateur : qui n'aime pas faire connaître ses idées, ses sentiments ; qui ne sait pas parler en public, qui n'est pas éloquent.

Non compréhensif/ Mauvaise écoute : ne pas être « apte à comprendre autrui », ne pas prêter attention à ce que l'autre dit, à son comportement.

Non diplomate/ Grossier/ Cassant : personne qui ne sait pas « mener une affaire avec tact » ; « qui manque de finesse, de grâce » ; être brusque.

Non convaincant : ne pas être persuasif, ne pas réussir à « amener quelqu'un à croire, à penser, à vouloir, à faire quelque chose, par une adhésion complète ».

Faire un spectacle de la politique : transformer ses actions politiques en un show médiatique.

Autorité :

Traits positifs : tolérant, ouvert d'esprit, démocrate, pourvu d'autorité.

Traits négatifs : intolérant, étroit d'esprit, autoritaire, despote, dépourvu d'autorité.

Intolérant : avoir une « tendance à ne pas supporter, à condamner ce qui déplaît dans les opinions ou la conduite d'autrui ».

Etroit d'esprit : manquer de « largeur de vues ».

Autoritaire/ Despote : « qui aime l'autorité, qui en use ou abuse volontiers, qui aime à être obéi ».

Dépourvu d'autorité : qui n'a pas le pouvoir de se faire obéir.

Aptitudes empathiques :

Traits positifs : compatissant, charitable, altruiste, gentil, sympathique.

Traits négatifs : méprisant, insensible, égoïste, odieux, antipathique.

Méprisant/ Insensible/ Égoïste/ Odieux : « qui n'a pas de sensibilité morale ; qui n'a pas ou a peu d'émotions » ; qui est froid, indifférent ; être attaché excessivement « à soi-même qui fait que l'on recherche exclusivement son plaisir et son intérêt personnels » ; « qui excite la haine, le dégoût, l'indignation ».

Antipathique : qui éprouve un sentiment d'aversion envers les autres.

Popularité :

Traits positifs : populaire.

Traits négatifs : impopulaire.

Impopulaire : « qui déplaît au peuple ».

Le logiciel SPAD.N

Nous présentons ci-dessous des fragments d'un texte élaboré par Alain Morineau, fondateur de la société CISIA et responsable principal du développement du logiciel SPAD pour l'analyse statistique des données. Ce logiciel a été utilisé pour les nombreuses analyses multivariées effectuées dans cette thèse. Dans cet écrit, A. Morineau explique certaines des procédures statistiques appliquées dans le logiciel.

SPAD.N

LOGICIEL POUR L'ANALYSE STATISTIQUE DES DONNÉES

Alain Morineau
C.I.S.I.A.

Introduction

Le logiciel SPAD.N est dévolu à l'analyse statistique des données numériques. Conçu pour être autonome, il contient tout d'abord les outils traditionnels de la description statistique (comme les tris à plat, histogrammes, moyennes, écarts types, extrema), les techniques de la statistique classique (comme la régression multiple, l'analyse discriminante) et de nombreuses possibilités de recodages des variables. Il met en œuvre enfin les techniques de l'analyse exploratoire multidimensionnelle: analyse en composantes principales, analyse des correspondances simples et des correspondances multiples, combinées aux procédures de classification.

3. Les procédures d'analyse factorielle

Les procédures d'analyses factorielles sont des outils de statistique descriptive permettant d'étudier simultanément les relations entre variables et les ressemblances entre les unités statistiques appelées individus Les procédures décrites ici effectuent le cœur des calculs de ces analyses, d'autres procédures du logiciel étant consacrées

à l'exploitation de leurs résultats représentations graphiques, aides à l'interprétation des facteurs, validations, analyses de type "confirmatoire".

L'analyse en Composantes Principales (COPRI) décrit les liaisons entre variables ***continues*** *(dites aussi quantitatives) alors que l'analyse des Correspondances Multiples (CORMU, COREM, CORCO) décrit les liaisons entre variables* ***nominales*** *(appelées encore variables qualitatives). Dans les deux cas toute autre variable connue sur les mêmes individus peut être introduite dans les analyses au titre d'élément* ***illustratif*** *(on dit aussi élément supplémentaire). Enfin l'analyse des correspondances simple ou "Bnaire" (CORBI) étudie les distributions de* ***fréquences*** *en ligne et colonne dans un tableau de contingence, ou plus généralement pour tout tableau de nombres non négatifs*

La détermination des élément dits ***actifs*** *pour réaliser une analyse est un choix important que doit faire l'utilisateur. Ce choix doit satisfaire à certaines conditions dont les principales sont l'homogénéité des variables (elles doivent appartenir à un même point-de-vue ou thème) et l'exhaustivité (elles doivent décrire complètement ce thème). Pour ces raisons les méthodes d'analyse factorielles, associées aux méthodes de classification, constituent un instrument d'observation statistique qu'on appelle "****thémascope****".*

COPRI (composantes principales)

Cette procédure effectue l'analyse en composantes principales d'un ensemble de variables continues. On peut effectuer soit une analyse *normée* (analyse de la matrice des corrélations entre variables), soit une analyse *non normée* (analyse de la matrice des covariances).

L'analyse, réalisée sur un groupe de variables continues *actives*, permet d'introduire en éléments *illustratifs* des variables continues aussi bien que des variables nominales. Les calculs seront réalisés en tenant compte éventuellement d'un poids de redressement et pourront être restreints *par filtre* à un sous ensemble de l'échantillon. Le programme gère automatiquement les données manquantes éventuelles.

Le listage des résultats fournit les statistiques usuelles sur les variables analysées (moyennes, écarts types, extrema) ainsi que la matrice de corrélations ou la matrice de covariances. On édite ensuite toutes les valeurs propres de l'analyse et le tracé de l'histogramme de décroissance des valeurs afin d'en étudier la forme. On peut évaluer l'importance des écarts entre valeurs propres à l'aide du graphique des intervalles de confiance asymptotiques calculés pour chaque valeur propre.

L'utilisateur peut demander une nouvelle édition de la matrice de corrélations ou de covariances où les variables sont rangées dans l'ordre de leurs coordonnées sur le premier axe factoriel. Dans le cas fréquent d'un *facteur taille*, cette édition range les variables dans la matrice de telle sorte que la proximité entre variables est à l'image de la corrélation.

Pour un individu (ou ligne du tableau des données), le programme édite son poids relatif, sa distance à l'origine, ses coordonnées sur un nombre quelconque d'axes factoriels, les contributions (dites absolues) et les cosinus carrés (ou contributions relatives). Ces éditions sont faites à la demande pour les individus actifs et supplémentaires.

Pour les variables actives et illustratives, on édite les coordonnées sur un nombre quelconque d'axes, les corrélations variable-facteur (dont le carré est l'analogue des contributions relatives), et les projections des anciens axes unités des variables actives (dont le carré est l'analogue des contributions absolues).

HISTOGRAMME DES 21 PREMIERES VALEURS PROPRES

NUMERO	VALEUR PROPRE	POURCENT.	POURCENT. CUMULE	
1	.2346	8.94	8.94	**********
2	.1789	6.81	15.75	*******
3	.1551	5.91	21.66	******
4	.1507	5.74	27.40	******
5	.1414	5.39	32.79	******
6	.1392	5.30	38.09	******
7	.1334	5.08	43.17	*****
8	.1322	5.04	48.21	*****
9	.1256	4.78	52.99	*****
10	.1246	4.75	57.74	*****
11	.1186	4.52	62.26	*****
12	.1165	4.44	66.69	*****
13	.1111	4.23	70.93	*****
14	.1099	4.19	75.11	*****
15	.1065	4.06	79.17	*****
16	.1043	3.97	83.14	*****
17	.1026	3.91	87.05	*****
18	.0979	3.73	90.78	*****
19	.0927	3.53	94.31	*****
20	.0830	3.16	97.47	****
21	.0664	2.53	100.00	****

Figure 2 : Décroissance des valeurs propres

Les modalités des variables nominales sont traitées comme centres de gravité des individus qui les composent et constituent des individus illustratifs fictifs. On édite pour chaque modalité ses coordonnées sur les axes ainsi qu'un critère appelé *valeur-test* servant à évaluer sur l'axe la distance à la moyenne générale (en nombre d'écarts types d'une loi normale). La valeur-test mesure donc l'intérêt du point illustratif représentant la modalité sur l'axe.

La procédure effectue les calculs principaux de l'analyse en composantes principales mais ne fournit pas les graphiques ni certaines aides spécifiques pour les interprétations. Le fichier des coordonnées factorielles (noté NGUS) créé par COPRI permet de transporter l'ensemble des résultats vers les procédures d'aide: GRAPH pour réaliser une grande variété de graphiques factoriels, DEFAC pour séléctionner les éléments caractéristiques sur chaque axe.

La procédure ESCAL permet d'archiver les coordonnées factorielles au sein des données initiales, autorisant ainsi tout autre traitement statistique ultérieur par SPAD.N. Les procédures BIFOR et ASCII exportent ces résultats en fichiers "textes" Dans la version PC du logiciel, la procédure ASCII communique les résultats au module graphique interactif.

CORBI (correspondances binaires)

La procédure CORBI réalise l'analyse des correspondances d'un tableau de contingence (ou tableau de fréquences), ou de tout tableau de valeurs non négatives (comme les tableaux disjonctifs, complets ou non). S'il s'agit de fréquences, le tableau d'entrée pourra être un tableau de fréquences déjà connues, ou un tableau créé par le

logiciel lui-même à partir de croisements de plusieurs variables nominales observées sur des individus (procédure TABLE).

Dans tous les cas, on gère de façon simple les lignes et colonnes actives et illustratives du tableau avec les outils usuels du logiciel (procédure SELEC). On peut également positionner en éléments illustratifs les modalités de variables nominales. L'analyse imprime les valeurs propres et l'histogramme de leur décroissance. Pour les très grands tableaux, on peut opter pour un algorithme efficace de calcul des seules premières valeurs propres (par "approximation stochastique").

Le logiciel édite sur un nombre quelconque d'axes les coordonnées des lignes et des colonnes du tableau (actives et illustratives), les cosinus carrés (ou contributions relatives) et les contributions (dites aussi absolues). On connait pour chaque élément son poids relatif et le carré de sa distance au centre de gravité. Les modalités des variables nominales peuvent être introduites en éléments illustratifs, pour lesquels on calcule les coordonnées et les *valeurs-tests* sur les axes.

La procédure crée un fichier de résultats (repéré par le mot clé NGUS) contenant en particulier les coordonnées factorielles. Ce fichier est utilisé pour interpréter les axes factoriels (procédures DEFAC), tracer une grande variété de graphiques (procédure GRAPH) ou archiver ces résultats avec les données initiales pour d'autres traitements ultérieurs (procédure ESCAL).

Les procédures BIFOR ou ASCII exportent ces résultats en fichiers "textes" pour une exploitation éventuelle par d'autres logiciels. Dans la version PC du logiciel, la procédure ASCII communique les résultats au module graphique interactif.

CORMU (correspondances multiples)

Alors que COPRI réalise l'analyse d'un tableau de variables continues, la procédure CORMU analyse un tableau analogue de variables nominales. Dans le cas d'une enquête par exemple, chaque individu (ligne du tableau) est caractérisé par ses réponses à une série de *questions*. Les questions où l'individu répond en choisissant une modalité de réponse sont des variables nominales. La procédure CORMU, étape essentielle d'analyse descriptive des relations entre plusieurs variables nominales, réalise ce qu'on appelle *analyse des correspondances multiples*.

La sélection des variables nominales actives, des variables illustratives (nominales et continues) ainsi que des individus actifs et illustratifs est réalisée avec les outils usuels (procédure SELEC). Le cas échéant on tiendra compte d'une pondération attribuée à chaque individu. Le programme édite sous une forme très compacte l'ensemble des croisements deux à deux des variables nominales actives: c'est le *tableau de correspondances multiples*, appelé aussi *tableau de Burt*. Dans un même tableau, on peut obtenir sous forme compacte les effectifs et les pourcentages lignes et colonnes.

Pour se prémunir contre les effets des modalités à faible effectif sur le calcul des axes factoriels, le programme met en œuvre une procédure originale de protection ("ventilation" au hasard des réponses concernées). Il suffit d'annoncer le seuil à partir duquel on considère qu'un effectif est trop faible.

Sur les axes demandés, on édite les coordonnées de tous les éléments introduits dans l'analyse (individus actifs et illustratifs, variables nominales actives et illustratives, variables continues illustratives), leurs contributions et leurs cosinus carrés. La localisation des variables continues se fait par calcul des corrélations avec les axes,

avec la même interprétation qu'en analyse en composantes principales. On obtient également le poids relatif et le carré de la distance au centre pour chaque élément.

Les modalités étant centre de gravité des individus qui les composent, on peut associer aux modalités illustratives le critère appelé *valeur-test* qui évalue sur chaque axe la "distance" au centre de gravité en nombre d'écarts types d'une loi normale (test d'une moyenne confondue avec la moyenne générale). Ceci permet d'évaluer si un sous groupe d'individus a une localisation significative dans une direction factorielle (par extension, le critère est évalué aussi pour les modalités actives).

EDITION DU TABLEAU DE CORRESPONDANCES MULTIPLES

	fbi1	fbi2	opm1	opm2	opm3	opm4	esc1	esc2	esc3	sci1	sci2	sci3	san1	san2	san3	niv1	niv2	niv3	niv4	niv5	niv6
fbi1	567	0																			
fbi2	0	433																			
opm1	197	34	231	0	0	0															
opm2	227	115	0	342	0	0															
opm3	128	259	0	0	387	0															
opm4	15	25	0	0	0	40															
esc1	39	11	25	11	12	2	50	0	0												
esc2	215	132	92	155	84	16	0	347	0												
esc3	313	290	114	176	291	22	0	0	603												
sci1	296	213	120	161	209	19	27	167	315	509	0	0									
sci2	219	165	87	157	127	13	17	153	214	0	384	0									
sci3	52	55	24	24	51	8	6	27	74	0	0	107									
san1	136	138	67	80	115	12	8	100	166	132	111	31	274	0	0						
san2	356	246	135	216	232	19	35	201	366	315	231	56	0	602	0						
san3	75	49	29	46	40	9	7	46	71	62	42	20	0	0	124						
niv1	60	42	25	36	39	2	4	42	56	47	50	5	40	57	5	102	0	0	0	0	0
niv2	184	133	75	106	125	11	14	101	202	151	136	30	83	195	39	0	317	0	0	0	0
niv3	140	110	68	84	86	12	16	100	134	129	98	23	73	146	31	0	0	250	0	0	0
niv4	111	79	41	73	66	10	10	63	117	109	62	19	38	125	27	0	0	0	190	0	0
niv5	60	55	21	33	57	4	5	34	76	57	32	26	33	63	19	0	0	0	0	115	0
niv6	12	14	1	10	14	1	1	7	18	16	6	4	7	16	3	0	0	0	0	0	26

Figure 3 : Tableau des correspondances multiples (Tableau de Burt)

Tous les résultats utiles sont copiés dans un fichier (repéré par le mot clé NGUS) et transmis aux procédures d'exploitation graphique (GRAPH), d'aide à l'interprétation des axes (DEFAC), ou d'archivage (ESCAL) permettant tous traitements statistiques faisant intervenir simultanément ces résultats et les données initiales. Les procédures BIFOR ou ASCII assurent la transmission des résultats à tout autre logiciel externe. Dans la version PC du logiciel, la procédure ASCII communique les résultats au module graphique interactif.

COREM (corresp. multiples avec choix des modalités)

Cette procédure réalise comme CORMU l'analyse d'un tableau de variables nominales. Avec CORMU l'utilisateur choisit les *variables* actives de l'analyse, ou plus précisément, en choisissant les variables, il sélectionne l'ensemble des modalités actives de l'analyse. Avec la procédure COREM, l'utilisateur a la possibilité de choisir *une à une* les modalités actives de l'analyse, sans devoir prendre toutes les modalités d'une variable active.

On peut ainsi éliminer non seulement les modalités dont l'effectif est inférieur à un seuil (comme dans CORMU), mais aussi certaines modalités choisies par l'utilisateur, par exemple les modalités "donnée manquante". Cette procédure fournit les mêmes possibilités que CORMU et édite les mêmes résultats. Bien que ne possèdant pas

exactement les propriétés de l'analyse réalisée par CORMU, les résultats s'interprêteront avec des règles de lecture analogues (références *Escofier* et *Benali)*.

4. Les procédures de classification

Les procédures de classification constituent une autre famille d'outils pour l'instrument d'observation statistique dénommé "thémascope". Les analyses factorielles positionnent les objets à décrire les uns par rapport aux autres sur des graphiques, et fournissent donc des représentations spaciales continues. Cependant ces méthodes prennent difficilement en compte des interactions d'ordre élevé. De plus la complexité de certaines structures est telle que des projections dans des sous espaces peuvent être insuffisantes. Les procédures de classification cherchent à regrouper les objets pour définir des groupes homogènes. Une typologie est obtenue quand on a fait de chaque groupe d'objets un "type", une entité dont on connait les caractéristiques. Une typologie est souvent un moyen commode d'observation au delà des premières dimensions d'une analyse factorielle

Les algorithmes de construction des classes travailleront sur les coordonnées factorielles d'une analyse préalable, ce qui présente plusieurs avantages. On assure de cette façon la compatibilité des calculs et donc des résultats car on travaille dans les deux cas sur les mêmes configurations initiales des objets. On peut "lisser" ces configurations et en général obtenir des catégories mieux typées en abandonnant les derniers axes factoriels, souvent porteurs des composantes aléatoires (non systématiques) des données. Enfin on réduit le volume des opérations en travaillant sur les seuls premiers axes et en profitant de leur orthogonalité.

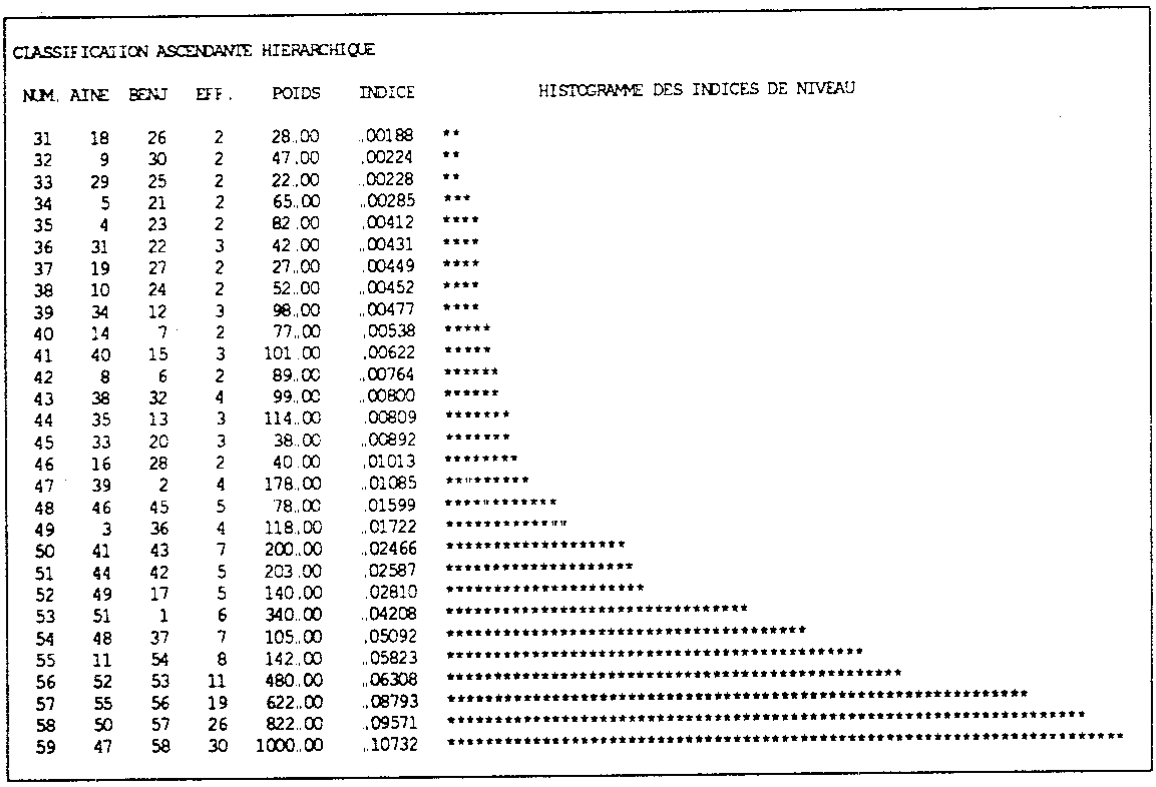
*La classification d'objets en groupes homogènes est une procédure complexe et il est difficilement imaginable qu'elle soit le résultat brut d'un algorithme de calcul. Le logiciel propose non pas un ou plusieurs algorithmes de classifications, mais plusieurs **stratégies**. Une stratégie met en jeu plusieurs algorithmes et combinaisons d'opérations à décider au fur et à mesure par l'utilisateur, en fonction des résultats déjà obtenus. Une des stratégies, SEMIS, est bien adaptée à la classification des très grands ensembles de données; l'autre, RECIP, travaillera sur des ensembles plus petits.*

On notera la possibilité de réaliser une classification sous contrainte de contiguité, c'est-à-dire en respectant le lien de voisinage des individus dans une classe. L'utilisation principale concerne le voisinage géographique (avoir une frontière commune), mais s'étend aisément en déclarant contigus des individus à distance inférieure à un seuil fixé.

Comme pour les autres analyses, les individus à classer peuvent être sélectionnés, soit par liste soit en utilisant des filtres sur les variables. Ils peuvent être munis d'un poids de redressement. Les résultats des classifications sont archivables pour une utilisation ultérieure dans d'autres procédures ou à l'extérieur de SPAD N.

RECIP (classification hiérarchique directe)

Cette procédure construit un arbre d'agrégation hiérarchique (ou dendrogramme) des individus caractérisés par leurs coordonnées factorielles, en utilisant le critère d'agrégation de *Ward*. Ce critère, basé sur la réduction minimale de variance par agrégation, est homogène au critère d'inertie utilisé pour la détermination des axes factoriels. Il possède des propriétés générales qui intéressent la majorité des applications pratiques. L'arbre lui-même est construit avec l'algorithme rapide de recherche en chaîne des voisins réciproques, ou algorithme de *Benzécri*.



CLASSIFICATION ASCENDANTE HIERARCHIQUE

NUM.	AINE	BENJ	EFF.	POIDS	INDICE	HISTOGRAMME DES INDICES DE NIVEAU
31	18	26	2	28.00	.00188	**
32	9	30	2	47.00	.00224	**
33	29	25	2	22.00	.00228	**
34	5	21	2	65.00	.00285	***
35	4	23	2	82.00	.00412	****
36	31	22	3	42.00	.00431	****
37	19	27	2	27.00	.00449	****
38	10	24	2	52.00	.00452	****
39	34	12	3	98.00	.00477	****
40	14	7	2	77.00	.00538	*****
41	40	15	3	101.00	.00622	*****
42	8	6	2	89.00	.00764	******
43	38	32	4	99.00	.00800	******
44	35	13	3	114.00	.00809	*******
45	33	20	3	38.00	.00892	*******
46	16	28	2	40.00	.01013	********
47	39	2	4	178.00	.01085	********
48	46	45	5	78.00	.01599	**********
49	3	36	4	118.00	.01722	**********
50	41	43	7	200.00	.02466	********************
51	44	42	5	203.00	.02587	********************
52	49	17	5	140.00	.02810	**********************
53	51	1	6	340.00	.04208	**********************************
54	48	37	7	105.00	.05092	**
55	11	54	8	142.00	.05823	**
56	52	53	11	480.00	.06308	**
57	55	56	19	622.00	.08793	**
58	50	57	26	822.00	.09571	**
59	47	58	30	1000.00	.10732	**

Figure 4: Histogramme des indices pour le choix de la partition

L'arbre hiérarchique est ici un intermédiaire de calcul vers le choix d'une partition de l'ensemble des objets. En effet les algorithmes de partitionnement direct nécessitent de connaître le nombre des classes finales. En construisant un arbre préalable et en étudiant sa forme, l'utilisateur acquiert une certaine connaissance sur le nombre probable de classes dans la population: les zones denses de points homogènes s'agrègent aux niveaux bas de l'arbre et se séparent en classes naturelles quand les branches de raccordement s'allongent. La procédure RECIP édite donc l'arbre (ainsi

L'arbre obtenu doit ensuite être "coupé" par l'utilisateur pour créer une ou plusieurs partitions. La procédure PARTI réalise ces coupures et les décrit.

SEMIS (classification mixte pour les grands tableaux)

La procédure SEMIS remplacera RECIP dans le cas des grands tableaux. Elle est en effet plus rapide et nécessite moins de mémoire centrale. Comme RECIP, elle opère sur des coordonnées factorielles, mais ne nécessite pas que le tableau des coordonnées factorielles soit recopié dans la mémoire centrale de l'ordinateur.

Une première étape d'agrégation autour de centres mobiles (type "*k-means*" ou "*nuées dynamiques*") conduit à la construction rapide d'une partition contenant un grand nombre de petits groupes (une centaine par exemple). Ces groupes sont sensés être des morceaux de classes "réelles" que l'algorithme de partitionnement a éclatées.

Pour obtenir d'emblée une partition préalable de bonne qualité, on y intègre une procédure d'*auto-validation*. Celle ci consiste à réaliser plusieurs partitions successives (les "partitions de base") puis à les croiser. On retient comme classes finales les *groupes stables* (appelés aussi "formes fortes") constitués par les groupes d'individus classés ensemble dans les partitions de base.

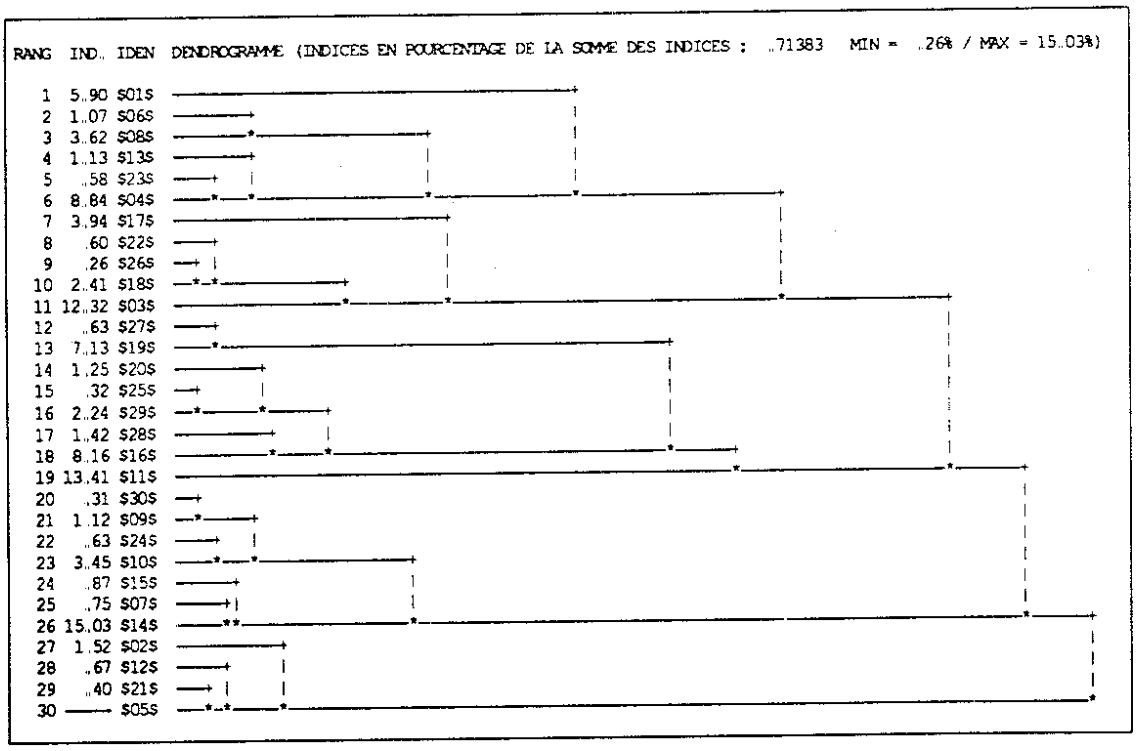


Figure 5 : Arbre de la hiérarchie

Dans une seconde étape, on construit un arbre hiérarchique à partir des centres de ces groupes stables. Cette construction est très rapide car les éléments à agréger sont peu nombreux.

La procédure SEMIS dispose de plusieurs paramètres de commande permettant de piloter de façon souple la construction du dendrogramme: choix du nombre d'axes factoriels utilisés, choix du nombre de partitions de base à croiser pour déterminer les groupements stables, choix du nombre d'itérations pour construire chaque partition de base, démarrage des itérations par tirage au hasard initial ou par choix a priori des éléments de départ, création ou non d'une classe résiduelle regroupant les individus "non stables" dans les partitions successives. Après quelques essais, l'utilisateur trouve généralement la combinaison des commandes qui fournit l'arbre hiérarchique à retenir.

Comme pour la procédure RECIP, ce dendrogramme est un intermédiaire pour que l'utilisateur choisisse la ou les partitions qui lui paraissent s'imposer. On appellera ensuite la procédure PARTI pour créer la partition finale.

PARTI (partition par coupure de l'arbre d'agrégation)

Cette procédure permet d'effectuer la coupure d'un arbre (créé par exemple par RECIP ou SEMIS) pour obtenir une partition en un certain nombre de classes. En fait on peut réaliser et archiver plusieurs partitions simultanément car il est rare qu'une seule partition de la population s'impose. Les caratérisations statistiques ultérieures (procédure DECLA) ou d'autres considérations permettront d'affiner le choix ensuite.

Une partition définie par coupure d'un arbre est obtenue sous contrainte d'emboitement des partitions. Elle peut donc être améliorée en relachant cette contrainte. Une procédure itérative de calcul, appelée *consolidation*, en option dans PARTI, conduit ainsi à une partition de qualité optimale pour le critère d'homogénéité des classes.

COUPURE 'a DE L'ARBRE EN 4 CLASSES

CONSOLIDATION DE LA PARTITION AUTOUR DES 4 CENTRES DE CLASSES,
REALISEE PAR 10 ITERATIONS A CENTRES MOBILES

	INERTIES		EFFECTIFS		POIDS		DISTANCES	
	AVANT	APRES	AVANT	APRES	AVANT	APRES	AVANT	APRES
INERTIE INTER-CLASSES	.2910	.3522						
INERTIES INTRA-CLASSE								
CLASSE 1 / 4	.4531	.2591	480	339	480.00	339.00	.0752	.1699
CLASSE 2 / 4	.2657	.2594	142	146	142.00	146.00	.5788	.6416
CLASSE 3 / 4	.1530	.1492	200	200	200.00	200.00	.4222	.4894
CLASSE 4 / 4	.1028	.2456	178	315	178.00	315.00	.4956	.3272
INERTIE TOTALE	1.2655	1.2655						

Figure 6. Optimisation de la partition en 4 classes

La procédure permet de lister le contenu des classes, et fournit diverses éditions permettant d'apprécier la nature de la partition finale (inerties, distances à l'origine, coordonnées et valeurs-tests sur les axes).

Un paramètre particulier permet de demander la liste des *parangons* de chaque classe. Les parangons sont les individus les plus proches du centre de gravité de la classe, et à ce titre assimilables à des représentants typiques de la classe. D'un point de vue technique, on pourra par exemple les utiliser pour amorcer les itérations de procédures ultérieures de partitionnement directe.

On peut également demander d'éditer les individus qui ont les plus fortes contributions à l'inertie interne de la classe. Si les poids sont égaux, on obtient ainsi les individus les plus éloignés du centre de la classe.

Guides d'entretien

Voici les deux guides d'entretiens utilisés pour interviewer les journalistes et dessinateurs du CE et de S/12.

Pour les dessinateurs du *Canard enchaîné*

Dessinateurs interviewés:
Cabu
Pétillon
Lefred-Thouron
Kerleroux

Vision sur la satire politique, la caricature politique et leur rapport avec la représentation de la figure présidentielle :

1. Quel est –d'après vous- le rôle de la satire politique dans notre société ?

2. Quelle place occupe la satire politique à l'heure actuelle en France ? Est-ce que vous détectez des différences par rapport à d'autres pays que vous connaissez ?

3. Et qu'est-ce que vous dites dans le cas de la caricature politique ?

4. Quels sont les éléments essentiels d'une caricature politique ?

5. Que pensez-vous de cette phrase de Ronald Searle (*Caricature, art et manifeste*, Skira, 1974) : « De même que l'huile et l'eau, caricature et bienveillance ne se mêlent pas » ?

6. Croyez-vous qu'il y a des limites à ne pas dépasser lorsqu'on charge la figure présidentielle ?

Vision sur Le Canard enchaîné :

7. Qu'est-ce que vous aimez le plus du journal ?

8. Quelle est la recette, d'après vous, de la longévité du *Canard enchaîné* ?

9. Quels sont les points forts et les points faibles du journal ?

10. Croyez-vous que le *Canard* se donne une mission en tant que journal satirique ? Laquelle ?

11. Diriez-vous qu'il prétend accomplir un rôle de correction sociale, en dénonçant les abus des hommes politiques ?

12. Quels sont les sujets que *Le Canard enchaîné* n'oserait ou préfère ne pas aborder ? Qu'est-ce que vous pensez de cette position ?

Mode de travail avec Le Canard enchaîné :

13. Comment travaillez-vous avec *Le Canard enchaîné* ? Y a-t-il une réunion hebdomadaire pour définir les sujets de la semaine ? Si oui, avec qui ?

14. Discutez-vous –si ce n'est que d'une façon informelle- avec d'autres dessinateurs du *Canard* sur le travail que vous allez faire*?*

15. Est-ce que vous travaillez avec les journalistes ?

16. Est-ce que le journal vous donne une ligne éditoriale à suivre ?

17. Est-ce que *Le Canard enchaîné* a jamais rejeté l'une de vos caricatures ? Si oui, pourquoi ?

18. Est-ce qu'il vous est arrivé de ne pas être d'accord avec la position du *Canard* dans certains sujets politiques ? Comment avez-vous procédé dans le traitement de ces sujets ?

Ses œuvres :

19. Quels sont, pour vous, les éléments caractéristiques de vos caricatures ?

20. Est-ce que vous avez reçu une formation quelconque sur des procédés habituels utilisés dans l'humour et la satire ?

21. Pourriez-vous choisir l'une de vos caricatures préférées, me la décrire et me dire pourquoi vous l'aimez tant ?

22. Maintenant c'est moi qui a choisi une caricature. Qu'est-ce que vous en pensez ? Est-ce que vous l'aimez ? Pourquoi ?

23. Quels sont les traits de caractère principaux du personnage Chirac que vous avez créé ? Quel degré de similitude maintient-il avec la personne réelle ?

24. Où est-ce que vous avez trouvé vos sources d'inspiration pour représenter ce personnage?

25. Question particulière sur la représentation graphique qu'il fait de J. Chirac

Pour les journalistes du *Canard enchaîné*

Journalistes interviewés :
Erik Emptaz : éditorialiste et l'un des rédacteurs en chef pages 6-7
Claude Angeli : rédacteur en chef pages 3-5
Nicolas Brimo : administrateur et l'un des rédacteurs de la deuxième page
Jean-Yves Viollier : l'un des éditeurs
Hervé Liffran : journaliste
Jacques Lamalle : ancien journaliste et secrétaire général, à la retraite depuis l'an 2007

Vision sur la satire politique et son rapport avec la représentation de la figure présidentielle :

1. Quel est –d'après vous- le rôle de la satire politique dans notre société ?

2. Quelle place occupe la satire politique à l'heure actuelle en France ? Est-ce que vous détectez des différences par rapport à d'autres pays que vous connaissez ?

3. Croyez-vous que le fait de présenter une critique ou une accusation d'une façon humoristique allège les sanctions envers les journaux satiriques ?

4. Quels sont les éléments essentiels d'un article satirique ? Et d'un titre satirique ?

5. Croyez-vous qu'il y a des limites à ne pas dépasser lorsqu'on charge la figure présidentielle ?

Vision sur Le Canard enchaîné :

6. Qu'est-ce que vous aimez le plus du journal ?

7. Quelle est la recette, d'après vous, de la longévité du *Canard enchaîné* ?

8. Quels sont les points forts et les points faibles du journal ?

9. Croyez-vous que le *Canard* se donne une mission en tant que journal satirique ? Si oui, laquelle ?

10. Diriez-vous qu'il prétend accomplir un rôle de correction sociale, en dénonçant les abus des hommes politiques ?

11. Quel effet, croyez-vous, peut susciter un journal satirique dans la classe politique et dans ses lecteurs ? Quel effet produit le *Canard* ?

12. Pour quoi le *Canard enchaîné* se sert de l'humour ?

13. Quel est le profil du lecteur du *Canard* ? Quel lien maintient le journal avec eux ?

14. Quels sont les sujets que *Le Canard enchaîné* n'oserait ou préfère ne pas aborder ? Qu'est-ce que vous pensez de cette position ?

Mode de travail avec Le Canard enchaîné :

15. Comment travaillez-vous avec *Le Canard enchaîné* ? Y a-t-il une réunion hebdomadaire pour définir les sujets de la semaine ? Si oui, avec qui ?

16. Travaillez-vous avec des dessinateurs du journal ?

17. Est-ce que le journal vous donne une ligne éditoriale à suivre ?

18. Est-ce que *Le Canard enchaîné* a jamais rejeté l'un de vos articles ? Si oui, pourquoi ?

19. Est-ce qu'il vous est arrivé de ne pas être d'accord avec la position du *Canard* dans certains sujets politiques ? Comment avez-vous procédé dans le traitement de ces sujets ?

20. Pourriez-vous choisir le titre d'un article qui vous a marqué et me dire la raison de ce choix ?

21. Pour Emptaz : Maintenant c'est moi qui a choisi un titre. Qu'est-ce que vous en pensez ? Est-ce que vous l'aimez ? Pourquoi ?
« Chirac prend sa plume pour sauver sa majorité. L'écrit avant les pleurs? »

Pour *Sátira/12*, nous avons utilisé les mêmes guides d'entretien réadaptés.

Rapport des entretiens

Cette section est consacrée à la présentation de certains fragments tirés des entretiens menés auprès des membres du *Canard enchaîné* en mars 2008, selon les trois premiers axes de nos guides d'entretien.

Vision sur la satire politique, la caricature politique et leur rapport avec la représentation de la figure présidentielle

Nous présenterons par la suite, les réponses aux questions posées autant aux journalistes qu'aux dessinateurs, en commençant par le premier axe, qui porte sur la vision des interviewés sur la satire politique, la caricature politique et leur rapport avec la représentation de la figure présidentielle.

Consultés sur le rôle de la satire politique, les réponses ont été variées, mais à notre sens, complémentaires. Quelques uns, comme Cabu, Lefred-Thouron, Viollier, ont mis l'accent sur le côté moqueur de la satire et sur la capacité de faire rire les gens.

Emptaz, pour sa part, a estimé que le rôle est double : d'une part, la satire est didactique car elle décode la politique, l'explique, et d'autre part, elle le fait sérieusement sans pourtant se prendre au sérieux. Il y a donc pour le rédacteur en chef, une sorte de distance prise par rapport au fait politique : on se permet d'en rire.

Angeli, quant à lui, reconnaît dans la satire un côté polémique et/ou humoristique : « Utiliser l'information, c'est-à-dire la réalité, la pousser un peu à l'extrême, pour démontrer soit par la polémique, soit par l'humour, ce que vous voulez dire ».

Kerleroux met en exergue le côté agressif de la satire car pour lui, elle a pour rôle de s'attaquer aux hiérarchies. Il définie ses dessins comme anti-impérialistes.

Lefred-Thouron laisse entrevoir, par sa définition du rôle de la satire, une vision pessimiste propre au satiriste. Pour lui, il s'agit de « faire rire un bon coup en attendant la fin du monde ». Cette référence au pessimisme du satiriste on la retrouve aussi chez Pétillon, qui affirme que le rôle de l'auteur satirique est d'agir « sur ce qui ne va pas, sur le négatif. Parfois c'est démoralisant d'ailleurs parce qu'on finit par avoir une vision de l'humour complètement négative. On polarise évidement sur les choses qui ne marchent pas ».

Ce dessinateur reconnaît dans la satire la fonction de pointer les abus du pouvoir, de critiquer tout en faisant rire les lecteurs. Le rire sert comme défouloir : « on sent venger les abus de l'excès de pouvoir, les injustices. On est un petit peu des justiciers ». Angeli parle aussi du profil vindicatif de la satire : « Les gens achètent le journal parce que ça les fait sourire ou ça les met en colère par rapport à une réalité qu'ils vivent. Ce n'est pas simplement décrire une réalité. Quand quelque chose s'est passée, ils sont contents qu'un journal qu'ils achètent mette en cause un homme politique, une situation politique ».

Néanmoins, ils restent sceptiques par rapport aux conséquences de la critique : « Je ne pense pas que la critique, même très pertinente, fasse tomber un gouvernement. Je suis conscient des limites de notre pouvoir » (Pétillon).

Cabu aussi, s'il voit dans la satire un peu le rôle du bouffon du roi d'autrefois, il ne croit plus aux grands rôles. « On ne peut pas changer le monde avec un dessin, ni avec une chanson. On peut simplement faire sourire trois secondes et puis voilà, mais c'est quand même important ».

Cette question relative au rôle de la satire rejoint, à partir des réponses, celle portant sur l'existence d'une mission que le *Canard* se donnerait en tant que journal satirique. Il faut signaler que la plupart des interviewés ont rejeté le terme « mission », soit parce qu'ils le considèrent comme « un grand mot » (Emptaz), soit parce qu'ils lui attribuent une connotation religieuse : « La mission, c'est un truc de curé ou de militants » (Lefred-Thouron), « Le Canard n'a pas une mission divine » (Liffran), « pour une mission, il faut croire en Dieu » (Brimo).

Ils se montrent prudents pour répondre à cette question, étant réticents à s'octroyer un grand rôle dans la société. « Le Canard est un journal tout à fait normal que tous les journalistes peuvent faire » (Emptaz). Angeli définit la fonction du journal comme un « frein aux excès de pouvoir » et nie l'expression très souvent attribuée à la presse de *quatrième pouvoir*. A son avis, ce ne sont que les idées et les hommes incarnant ces idées qui peuvent transformer la société. « Un journal n'est que quelque chose qui révèle, qui fait la radiographie de la société, pas plus. On n'est pas un médicament ». Pour lui, le travail d'un journaliste consiste aussi à rapporter aux lecteurs « des moyens de compréhension de la société dans laquelle ils vivent, pour qu'ils agissent en tant que citoyens, en tant que syndicalistes, pour qu'ils aillent voter ».

Pour Cabu, « la mission du Canard est de démonter les faux-semblants des hommes politiques, démasquer l'hypocrisie. Mais jamais pour discréditer la classe politique comme

ensemble. C'est un journal démocratique et républicain, qui voudrait que la classe politique soit plus démocratique et républicaine ». Le dessinateur est clair quand il signale que l'attaque n'est pas contre l'ensemble de la classe politique mais contre les abus et les excès des hommes et femmes politiques.

Pétillon met aussi en valeur le côté républicain, démocratique, laïque et très anticlérical du journal et affirme que « c'est un journal qui a un idéal de modèle républicain, démocratique, laïque dans tous les domaines », que ce soit social, économique, politique, ou autre. Il répond par l'affirmatif quand nous lui demandons si on peut parler d'un rôle de correcteur social dans le cas du *Canard*, signalant que la satire et la morale vont ensemble, même si elles sont tempérées par l'humour.

Deux interviewés (Emptaz et Kerleroux) ont mentionné une phrase célèbre du précédent directeur du journal, Roger Fressoz (alias André Ribaud), qui a dit que *Le Canard* devait être le « fou du Roi et le garde-fou de la République », mettant en rapport le besoin de rire et en même temps de contrôler et dénoncer ce qui ne marche pas.

De ce que nous venons de développer, même si les journalistes et dessinateurs sont discrets au moment de reconnaître dans la satire, et plus particulièrement dans *Le Canard enchaîné*, une fonction sociale, ils font sienne la tâche de dénoncer les abus et les excès du pouvoir, avec l'espoir de le limiter un peu.

En ce qui concerne la place qu'ils attribuent à la satire dans la société, ils considèrent qu'elle n'est pas si importante qu'autrefois. Lamalle explique ceci par la perte –selon lui- de grands humoristes à cause des changements dans la société, plus orientée vers « l'anecdote, l'événementiel ». Avant, il attribuait aux humoristes et aux dessinateurs de presse une capacité d'analyse de l'actualité plus finement développée.

Pétillon va dans le même sens quand il parle d'une certaine banalisation de la satire, diluée par le fait de s'être étendue vers d'autres médias comme la télévision. Emptaz élargit cette idée quand il dit que même les journaux les plus traditionnels « ont une certaine forme d'insolence, parfois c'est de la fausse insolence. Je crois en revanche que ça fait du tort, à la fois à la politique et à la satire, cette espèce de fausse insolence qui consiste finalement à être dans le même courant (…) et de faire semblant de faire de petites moqueries bien gentilles mais qui ne mettent rien en cause. Ça c'est de la fausse satire. C'est un peu ce qu'à tendance à faire la télévision avec une espèce de semblant de moquerie qui va complètement dans le sens du pouvoir ».

Pour Brimo, la satire a été le moyen pour *Le Canard enchaîné,* de se défendre de la censure d'autrefois, en la prenant de contre-pied : « si on écrivait Chirac est un homme honnête, tous les lecteurs du Canard comprenaient qu'il n'était pas honnête. La satire est un jeu. Elle ne peut fonctionner que si les lecteurs enlèvent le code que donne la satire ».

Quand nous avons demandé aux dessinateurs et journalistes de définir les éléments essentiels d'une caricature politique et d'un article et d'un titre satirique, les réponses ont été nombreuses.

Dans le cas de l'image, Cabu voit la caricature comme le fait de « chercher la grimace de quelqu'un pour faire ressortir, montrer les travers, les ridicules que tout le monde a en soi ». Il a remarqué l'importance de partir d'une bonne analyse politique et d'une information certaine : « il faut faire plus vrai que vrai. Il faut déjà trouver le vrai et puis pousser la logique

à fond, essayer de deviner le coup d'après. Essayer de multiplier une réaction pour démontrer (…) les travers de l'homme politique ».

Pétillon combine le regard critique avec l'utilisation de l'humour et l'ironie. Lefred-Thouron, quant à lui, mentionne trois éléments fondamentaux : la drôlerie, la pertinence et l'opportunisme et, en se servant d'une métaphore, il dit : « Un dessin d'humour c'est une frappe chirurgicale. Un peu trop à droite, un peu trop à gauche, et la cible est manquée. Un peu trop tôt, un peu trop tard, l'effet est raté ». Kerleroux, enfin, évoque lui aussi trois éléments : la ressemblance avec le personnage représenté, la clarté du sens du dessin, et la trajectoire de la flèche, ce qui pour lui veut dire le fait de « taper fort ».

Dans les cas des journalistes, trois sur cinq ont signalé que le titre ou l'article doivent être drôles. Emptaz et Bimo ont aussi remarqué le besoin d'avoir une information certaine. Pour le premier, il faut aussi que l'article apporte quelque chose au lecteur, et le deuxième a mentionné le fait qu'il soit en situation, qu'il soit opportun.

Eu égard des limites qu'il ne faut pas dépasser lorsque l'on charge la figure présidentielle, la réponse a été unanime : la charge est la même que l'on s'attaque au Président, à n'importe quel homme politique ou à une célébrité du monde du spectacle. La fonction présidentielle peut même exposer davantage l'homme politique, d'après Kerleroux. Les limites sont liées au respect de la vie privée, quoique tous sont d'accord pour dire que la séparation qui était clairement définie dans la presse française entre vie privée et vie publique ne l'est plus, du moment où l'on se sert de la vie privée à des fins politiques. A partir de la Présidence de Nicolas Sarkozy, ils coïncident tous, il y a une rupture des anciens codes journalistiques.

« La vie privée est importante », ajoute Cabu, parce qu'elle fait partie de la démocratie. « C'est vraiment ce qui fait la différence entre la république et une dictature. Dans une dictature il n'y a pas de vie privée parce qu'on vous écoute, on vous espionne. On se sert de votre vie privée pour faire des chantages ».

Emptaz, Angeli, Pétillon et Lefred-Thouron mettent également l'accent sur le besoin de se tenir aux faits et de faire en sorte que les faits soient avérés. « Il faut qu'on ait un point de vue, à mon avis, assez juste sur la situation. A partir de là on peut exagérer », estime Pétillon. Angeli, pour sa part, dit que « l'objectivité n'existe pas. L'honnêteté oui ». On doit être « honnête avec la réalité ».

Cette importance attribuée à la publication d'une information certaine revient à différents moments des entretiens. Elle est en fait au cœur du *Canard enchaîné* car, dès son premier éditorial, il s'est donné comme objectif de lutter contre le « bourrage de crâne » de la Première Guerre Mondiale, c'est-à-dire, contre la diffusion de fausses nouvelles. « C'est la règle de base du Canard et on s'y tient» (Emptaz).

A partir des années 60, l'hebdomadaire est devenu un journal d'investigation, cherchant non seulement à publier des informations certaines sur une affaire mais aussi à révéler ce « qu'on cache aux gens » (Angeli).

Le respect de la vie privée mentionné plus haut revient comme seule réponse unanime quand on pose la question relative aux sujets que *Le Canard enchaîné* n'oserait ou préfère ne pas aborder. Cette prémisse semble être l'un des piliers de base du journal, très partagée entre ses membres. Quand nous avons demandé à Pétillon sur ce qu'il pensait de cette position, sa

réponse a été contondante : « Je pense que c'est la seule possible. Sinon on fait de la presse scandale ».

Nous avons demandé aux journalistes pourquoi la satire a besoin de l'humour. Toutes les réponses méritent d'être citées : « L'humour est une chose tout à fait nécessaire. Et avec l'humour, y compris l'humour noir, on peut parler des choses absolument sinistres » (Angeli). « Un lecteur me disait : d'abord je m'indigne et après je rigole, parce qu'on ne peut pas s'indigner tout le temps. L'humour est une façon de rendre l'indignation plus supportable » (Brimo). L'humour « permet de passer beaucoup de messages » (Viollier).

« Ce qui est important de la satire c'est d'appuyer où ça fait mal et quand on a un sourire, ça atténue non pas la portée mais la douleur. La douleur qui peut être caricaturale et événementielle mais que peuvent sentir aussi les lecteurs parce que trop parfois c'est trop. Avec le sourire ça passe mieux pour tout le monde » (Lamalle).

« Le fondateur du Canard, Maréchal, disait que quand il y avait une mauvaise nouvelle, une nouvelle révoltante, il préférait en rire. (…) C'est vrai qu'on ne peut pas rire de tout. (…) C'est sûr. Mais à chaque fois que c'est possible on préfère en rire » (Liffran).

De cela découle que pour eux, l'humour permet de traiter des sujets révoltants, douloureux et même sinistres (le cas de l'humour noir) ; ils sont mieux acceptés. L'utilisation de l'humour semble être liée à une certaine manière d'agir dans le monde, en prenant distance des faits qui indignent, qui font du mal, etc. pour en rire, les rendant par ce fait plus supportables.

Est-ce que le fait de présenter une critique ou une accusation d'une façon humoristique allège les sanctions envers les journaux satiriques ? Non, répondent les journalistes. « Si les faits sont exacts vous pouvez entre guillemets en rajouter un peu à travers la satire, mais si les faits ne sont pas exacts, satire ou pas satire, c'est pareil dans un tribunal. Ils doivent juger ce qui est écrit », argumente Brimo. « Dans une dictature peut-être, il est nécessaire d'utiliser la satire ou l'humour pour faire passer des choses. Ça s'est fait sous l'occupation en France, mais c'est très difficile, très délicat. Les censeurs, les dictateurs sont très attentifs à ça. Mais nous vivons dans une démocratie. On n'a pas de procès sur une façon humoristique de traiter un homme de corrompu » (Angeli).

Vision sur *Le Canard enchaîné*

Passons maintenant à l'axe centré sur la vision que les interviewés ont du *Canard enchaîné*. Nous avons déjà parlé de la mission ou la fonction qu'ils lui attribuent. Nous nous arrêterons par la suite dans les points forts et les points faibles qu'ils trouvent dans le journal. Une mention récurrente est de considérer son indépendance économique comme point fort, du fait qu'il n'a pas de publicité. Ensuite, son tirage, d'environ 450.000 exemplaires au moment des entretiens (mars 2008), est également signalé comme point fort. Angeli évoque le fait que ce sont les propres membres du *Canard* qui sont les actionnaires du journal : « nos enfants n'hériteront pas de nos actions. Quand on part à la retraite, nos actions sont redistribuées entre les autres ».

Parmi les points faibles, le plus cité est le fait d'être ethnocentriste, ne donnant que très peu de place à la politique étrangère. La plupart avouent aussi que cela tient à la difficulté, voire à l'impossibilité de compter, à l'étranger, avec un réseau d'information

équivalent à celui qu'ils ont en France. D'autre, Liffran considère que pour un journal de mercredi, il est contraignant de boucler le mardi matin et après-midi. L'explication vient du fait que l'imprimerie réserve le soir pour les quotidiens et donc le *Canard* doit être prêt pour l'impression dans l'après-midi[360].

Selon Angeli, le point faible du journal est le ricanement mécanique : rester avec la moquerie des déclarations des hommes politiques sans rien tirer de ce qu'ils disent. Le ricanement « n'est pas une forme d'humour (…), il n'est pas forcément drôle ». D'après lui, le *Canard* manque un peu d'humour et de polémique. « C'est plus intéressant d'être agressif, et on peut être agressifs avec l'humour ». Or, pourquoi le Canard a tendance à ricaner, d'après le rédacteur en chef ? Parce que c'est plus simple et moins laborieux ricaner que créer de l'humour et de la polémique politique.

Le tableau présenté ci-dessous permet de percevoir l'ensemble de réponses données à la question concernant les points forts et les points faibles du journal.

[360] Si on va au Canard mardi vers 19h, 19h30, on peut déjà chercher l'exemplaire qui apparaîtra le lendemain.

Le CE	Angeli	Brimo	Emptaz	Lamalle	Liffran
Points forts	-Appartenance aux journalistes	- Indépendance - Ses lecteurs	- Indépendance - Gros tirage - Crédibilité		- Densité contenu - Pas cher - Gros tirage
Points faibles	- Ricanement (peu d'analyse)	- Pas en permanence	- Trop franco-français	- Besoin renouveler dessinateurs	- Bouclage mardi - Trop franco-français
	Viollier	**Cabu**	**Kerleroux**	**Lefred-Thouron**	**Pétillon**
Points forts	- Indépendance	- Actualité, nouveauté - Réseau d'information - Impact	- Information certaine - Gros tirage	- Permanence dans points de vue et fonction	- Ton
Points faibles	- « Bordélique »	- Dessins petits	- Critique sans rien proposer		- Peu de changements - Pas de couleurs - Trop franco-français

Tableau 0.8. Avis des membres du CE sur les points forts et les points faibles du CE.

La question portant sur la recette que les interviewés attribuent au *Canard enchaîné*, retrouve parfois celle portant sur ses points forts. Parmi les nouveaux éléments à signaler, on trouve le renom du journal, considéré comme une institution dans la tradition journalistique, le traitement neutre de l'information (taper la droite et la gauche). En opposition à *Charlie Hebdo*, Cabu voit dans le Canard « un vrai journal », hiérarchisé, qui combine l'information avec l'humour. Pour Kerleroux, « l'équipe journalistique s'est suffisamment bien renouvelé ». Nous résumerons ces points de vue à partir d'un autre tableau.

Angeli	Viollier	Cabu	Kerleroux	Liffran
*Institution, renom *Révélation d'information *Populaire	*Révélation d'information *Indépendance *Information certaine *Impartialité	*Révélation d'information *Journal avec information et humour	*Information certaine *Renouvellement, adaptation	*Indépendance *Fidèle aux engagements

Brimo	Pétillon
*Indépendance	* Appartenance aux journalistes

Tableau 0.9. Avis des membres du CE sur ce qu'ils considèrent être « la recette » du CE.

Une autre question abordée portait sur ce que les interviewés aimaient du *Canard enchaîné*. Même si elle est très subjective, nous constatons des points en commun entre certains. Cabu et Pétillon sont en total accord car ils mentionnent les mêmes choses : le ton de la page 2, les scoops et les dessins (Cabu ajoute la diversité de styles dans les dessins). Emptaz, Angeli et Lamalle font référence à la liberté avec laquelle ils travaillent et le dernier signale aussi le fait que le journal appartient à ses journalistes. Viollier aime son « côté impertinent, rebelle et contestataire », Brimo aime ses lecteurs, alors que Lefred-Thouron mentionne le fait d'être morale et éthiquement irréprochable. Kerleroux, enfin, aime « de temps en temps un papier très bien tapé, soit sous la forme d'un portrait, soit un texte imaginaire où on dise ce qu'on pense ou bien n'importe quoi, pour ridiculiser quelqu'un ». Il fait aussi référence à sa maquette, désuète mais originale, avec « une histoire individuelle ».

Les points de vue sur la maquette sont confrontés car il y en a d'autres qui la mentionnent comme un point faible du journal.

Nous sommes entrée, avec certains journalistes, dans le délicat sujet des effets que le *Canard* pourrait avoir sur la classe politique et sur les lecteurs, car il nous intéressait de connaître la vision des auteurs satiriques. Même si la question gène un peu, Nicolas Brimo a dit qu'ils ont conduit la classe politique « à se tenir un peu plus raisonnablement sur un certain nombre de pratiques, en racontant systématiquement comment certain nombre de choses fonctionnaient (…) les coûts téléphoniques, l'argent du Président de la République ».

Pour ceux qui sont au *Canard* depuis très longtemps, nous avons voulu savoir s'ils croyaient qu'il y avait eu un changement de ton ou de traitement journalistique au cours de décennies. Angeli dit que quand il est entré, en 1971, il y avait moins de personnes travaillant dans le journal et donc il y a probablement eu un changement de ton : « Le ton dépend un peu des gens qui écrivent. Le ton n'est pas uniforme, il se fait selon la qualité des gens et de leurs humeurs, humeur dans le sens qui apporte… qui fait de l'article plus vivant ».

Emptaz, quant à lui, croit qu'il y a une continuité dans le ton et la manière de traiter l'information. Il distingue néanmoins, le *Canard* avant les années 60 et celui d'après, époque où on a commencé à faire du journalisme d'investigation : « Avant c'était un *Canard* essentiellement satirique. Il était plus proche des chansonniers alors que maintenant on fait un vrai journal d'information ».

Lamalle pense que « le changement est un changement d'époque. Nous vivons tous à une époque qui évolue, donc on évolue aussi en fonction de tout ce qu'on peut recevoir de l'extérieur. Les dessinateurs mêmes. Il y a eu un changement graphique de dessins. Les fresques de Moisan plus personne ne va en faire, c'est trop de travail, ça ne correspond pas au côté rapide de l'époque. Les dessinateurs préfèrent faire huit dessins plutôt que se centrer sur un seul dessin…et puis ce n'est plus à la mode non plus. Ce qui est à la mode c'est les *strips*. Pétillon, Cabu font des *strips*…tout ça c'est effectivement un changement. Comme nous sommes dans une société d'images rapides, on va instinctivement vers plusieurs dessins plutôt qu'un seul. Ce qui fait que la réflexion politique, la densité change. Moi je me suis aperçu en faisant ce travail sur les 50 ans [de dessins dans le Canard] qu'on est plus sur les événements, sur l'anecdote sans qu'il y ait forcément un regard, une perspective sur la réalité, instinctif du dessinateur. C'est fantastique de voir les dessins de Moisan... Les hommes politiques de l'époque avaient aussi une autre dimension, tout est lié là ».

Mode de travail avec *Le Canard enchaîné*

Nous aborderons maintenant la troisième section des guides d'entretiens, qui vise à enquêter sur la manière de travailler des journalistes et dessinateurs du *Canard*.

Le travail des journalistes est divisé en deux groupes : ceux qui contribuent dans les sections « chaudes » du journal (pages 1, 2, 3, 4 et 8 où l'on traite notamment l'actualité politique, économique) et ceux qui contribuent dans les sections « froides » (pages 5, 6, 7, d'information culturelle). Chaque groupe a deux réunions hebdomadaires (une première, mercredi pour les pages chaudes et jeudi pour les froides ; et une deuxième lundi).

Claude Angeli est le rédacteur en chef responsable des pages 3 et 4, la section consacrée aux enquêtes journalistiques ; Erik Emptaz est le rédacteur en chef des pages

culturelles et s'occupe aussi de l'éditorial du *Canard* publié à la Une ; le directeur Michel Gaillard est responsable de la Une et la fausse Une et, avec Nicolas Brimo, des échos de la *Mare aux Canards* (page 2).

Consultés sur leur tâche en tant que rédacteurs en chef, Angeli et Emptaz la synthétisent ainsi : elle consiste à proposer des sujets, lire les articles, les améliorer, trouver des titres, décider ce qui sera publié et ce qui ne le sera pas. « C'est de l'animation », estime Angeli.

Pour les dessinateurs, le travail est beaucoup plus libre et individuel. En dépit d'une grande salle qui leur a été attribuée au troisième étage des locaux du *Canard* rue Saint-Honoré, très peu d'entre eux travaillent sur place (notamment Kerleroux et Wozniak). La majorité préfère le confort et le calme de la maison, profitant des nouvelles technologies de communication –fax ou e-mail- pour envoyer leurs dessins au cours du lundi.

Nous avons demandé aux rédacteurs en chef, à l'ancien secrétaire de rédaction et aux dessinateurs, pourquoi ces derniers ne participaient pas de réunions. Les réponses ont été opposées : soit ils « n'étaient pas conviés », soit ils pouvaient y aller mais préféraient s'abstenir parce qu'ils s'informent par la presse quotidienne ou parce qu'ils veulent conserver une plus grande liberté de travail.

Jacques Lamalle, ancien secrétaire général du *Canard* et responsable de manière conjointe avec le directeur et les rédacteurs en chef, du choix des dessins pendant une trentaine d'années, revendique cette liberté : « Je pense que c'est bien pour eux de n'avoir pas un fil conducteur, c'est aussi très important de ne pas être guidé dans le choix des sujets d'actualité. Il faut qu'ils restent maîtres d'eux-mêmes. Et ils ont cette chance fantastique qu'on ne leur impose pas de sujet. (…) Ils sont un peu isolés mais c'est un peu le caractère de l'artiste. Pour moi il faut qu'ils aient cette liberté-là. Parfois c'est difficile, s'ils n'ont pas fait la bonne analyse, mais cela n'empêche qu'ils perdraient de leur intensité, de leur acuité, de leur perception ».

Pétillon voit en gros les mêmes avantages et désavantages de cette manière de travailler : « Au *Canard* on est complètement libres, on fait ce qu'on veut. Mais après il faut savoir qu'il y a de dessins qui ne sont pas pris ». Kerleroux remarque cette liberté quand il dit qu'ils sont « comme des oiseaux » mais avoue que le fait de travailler dans les locaux du *Canard* lui permet de trouver un soutien de ces quelques peu de collègues qui sont là aussi : si ce n'est pour discuter sur l'actualité politique, du moins pour se consoler quand ils ne sont pas d'accord avec le choix que les rédacteurs et le secrétaire de rédaction ont fait de leurs dessins !

Le choix des dessins, comme on peut constater, a été évoqué à plusieurs reprises. C'est parce qu'il y a « un coup de balai » (Kerleroux) très important : d'environ 130 dessins qui sont proposés lundi, seulement une trentaine sont retenus. Les restants sont rejetés et ne seront publiés que par leurs auteurs dans d'autres supports, comme c'est le cas du site web Scorbut, créé par cinq dessinateurs du journal pour publier les dessins qui n'y apparaissent pas.

Quels sont les motifs pour rejeter un dessin ? Parfois c'est une question subjective de goût, comme le fait de trouver ou non un dessin drôle. Parfois c'est parce qu'une même idée est répétée dans plusieurs dessins, ou parce que l'idée n'est pas très claire ou le personnage n'est pas reconnaissable. Mais pour Lamalle, « le premier rejet d'un dessin c'est quand il est

hors sujet, comme un article. Vous pouvez avoir une idée formidable mais si elle n'est pas bonne par le contexte, c'est terminé. Un dessin mal traité, hors sujet, on l'élimine ».

Le cas des articles est moins « cru » parce que c'est plus facile de les sauver, nous dit l'un des éditeurs : ils peuvent être modifiés ou bien ils peuvent être publiés la semaine d'après.

Le Canard enchaîné n'impose pas une ligne éditoriale formelle et 'contractuelle' aux journalistes et dessinateurs. Elle est plutôt inhérente, il y a un accord tacite sur le type d'information que l'on va traiter et la manière de le faire. « Sans qu'il y ait une ligne à suivre, on sait pourquoi on travaille au *Canard* », affirme Lefred-Thouron.

Emptaz insiste sur le besoin de rester aux faits, de présenter d'information fondée. Brimo, pour sa part, dit : « Il y a évidemment une équipe qui a des valeurs communes. Ces valeurs communes sont celles de sortir l'information et de l'apporter à la société ».

Quand nous avons demandé aux interviewés s'il leur arrivait de ne pas être d'accord avec la position du *Canard* dans certains sujets politiques, ils nous ont tous répondu qu'ils étaient d'accord sur l'essentiel. Ensuite il y a des nuances. « Le regard est assez convergeant, on est assez d'accord, on discute. On n'est peut-être pas d'accord toute de suite, au premier abord, mais il y a une discussion et elle se fait dans la paix » (Emptaz). « On n'est pas obligé d'être tous d'accord, mais il faut que les faits soient exacts. Oui, ça m'arrive de ne pas être d'accord avec les articles. Ça fait partie aussi de la vie d'un journal. Un journal n'est pas un régiment » (Brimo). « Un journal quel qu'il soit est fait par des gens différents, dont les sensibilités divergent mais se retrouvent sur l'essentiel. Je n'ai jamais collaboré à un journal dont j'aurais adhéré à la totalité du contenu. Lorsqu'il y a plus de points de divergences que de convergences, alors il faut remettre sa collaboration en question » (Lefred-Thouron).

Un fait politique qui a divisé en deux les membres du *Canard* a été le référendum sur la Constitution Européenne qui a eu lieu le 29 mai 2005. « La seule discussion politique vive… des gens qui s'engueulaient dans le journal, c'est au moment du référendum européen. Des gens qui ont voté oui et des gens qui ont voté non. C'est la seule fois » (Angeli).

Au-delà des cas exceptionnels, la vision du *Canard* reste assez homogène. Le traitement journalistique va dans la même direction. Cette homogénéité s'obtient en se limitant, encore une fois, aux faits avérés. Les articles et les dessins qui contredisent ces faits sont éliminés.

Un jour de bouclage au Canard enchaîné

Mardi 18 mars 2008

Mardi matin, tous les journalistes et quelques dessinateurs du journal se réunissent pour finir le travail de la semaine, 13 rue de Niepce, dans le XIV^{ème} arrondissement. Il y a des journalistes disséminés un peu partout dans une grande salle. Trois petits bureaux y sont connectés : celui du milieu pour les quatre correcteurs, celui à droite pour une secrétaire et à gauche pour certains journalistes tels que Claude Angeli, qui est au *Canard* depuis 37 ans.

Parmi les dessinateurs il y a Cabu, l'un des illustrateurs vedettes du journal, et Wozniak, chargés de faire un dessin pour accompagner certains articles. Tous les dessinateurs n'ont pas le profil pour faire ce travail, estime l'éditeur Jean-Yves Viollier, car il faut comprendre l'article, réfléchir vite à une idée pour l'illustrer, et puis faire un dessin suffisamment drôle.

A l'entrée de la grande salle il y a du pain, de la charcuterie, du jus, de l'eau et…du whisky. Ce couloir « gourmand » est l'endroit privilégié pour rigoler un peu. Au fond à gauche de la salle se trouvent les monteurs, qui sont chacun devant un grand écran. Ils travaillent avec Quark-X-Press. Même si l'apparence du journal, sa maquette, la bichromie et sa typographie ont très peu évolué au cours du temps, le processus de montage ne se fait pas à l'ancienne.

Il y a quatre éditeurs : deux pages chacun. Et ils tournent, pour arriver à mieux connaître le journal. Chaque éditeur est avec le monteur et il lui fait parvenir les dessins de dernière minute. Mais bien avant le montage, c'est la tâche des correcteurs, en total quatre. Le dessinateur Kiro et le journaliste Jean-Luc Porquet se vantent d'être le journal le mieux corrigé en France. Alors que le niveau d'écriture des journalistes français diminue, d'après eux, celui du *Canard* reste de haute qualité.

L'ambiance de travail est conviviale et plutôt relâchée, même si la pression provoque des rencontres chaudes, comme celle entre une correctrice et un éditeur très en colère.

Les « pages froides », appelées ainsi parce qu'elles abordent des thématiques qui ne sont pas soumises aux contraintes de temps, sont finies lundi soir. Ce sont les pages 6 et 7, *Canardages*, où se trouvent les critiques artistiques et des articles qui ne sont pas d'une actualité immédiate. Pour le reste, comme dans tous les journaux, chaque article et dessin est soumis aux éditeurs, qui choisissent ceux qui seront publiés et ceux qui seront rejetés. Ensuite c'est le travail des correcteurs et puis des monteurs. Mais il se peut aussi, si besoin il y en a, de recommencer après un changement d'envergure.

Une fois que chacun a fini ses activités, il peut participer de la discussion qui est entamée pour choisir le bandeau, la manchette et les oreilles de la Une et la fausse Une (pour le cas des oreilles). Il y a un tableau où tous ceux qui veulent, collent un papier avec une proposition de titre ou bien avec une idée sur laquelle élaborer le titre. Tous sont invités à participer de la discussion et il y a plusieurs journalistes qui sont ensemble face au panneau. C'est pourtant le directeur responsable qui a le dernier mot, c'est lui qui décide quel titre sera publié.

Vers 15 heures, les journalistes commencent à partir doucement. Ce soir-là, il est possible de trouver *Le Canard enchaîné* dans les locaux rue Saint-Honoré.

Associée au chapitre 7 : Analyse des titres du *Canard enchaîné*

Distribution des titres selon la période et le type de titre pour de différentes dimensions de contenu et de forme

Dans cette section, nous présentons les tableaux de contingence des variables qui ont présenté des dépendances, à partir du test de χ^2. Les cases grises foncées où les chiffres sont suivis d'un * indiquent les cas surreprésentés à partir du calcul de l'écart résiduel standardisé. Les cases grises claires, où les chiffres sont soulignés, le cas de sous-représentation.

Les personnages

	Chirac	Premier Ministre	Partisans	Adversaires	Gouvernants étrangers	Famille	Citoyens	Médias	Autres	TOTAL
1995	34	13	12	4	11	1	0	3	1	79
1997	20	**9****	4	3	2	0	0	0	1	39
2005	14	2	5	6	5	0	**4****	0	0	36
2002	30	**5**	16	11	4	**5****	2	2	**5****	80
TOTAL	98	29	37	24	22	6	6	5	7	**234**

Tableau 0.1. Fréquence d'apparition de différents personnages, selon les périodes. Les cases grises foncées où les chiffres sont suivis d'un * indiquent les cas surreprésentés à partir du calcul de l'écart résiduel standardisé. La case grise claire où le chiffre est souligné, le cas de sous-représentation (ce critère est maintenu pour les cas qui le suivent).

Les thématiques abordées

	Com. Politique	Suffrage	Corruption	Actions gouv.	Actions contro-versées	Autres	Actions mili-taires	Actions diploma-tiques	Mixtes	TOTAL
1995	20	**1**	12	**14****	1	6	**17****	5	**3**	79
1997	5	**21****	**1**	1	**4****	0	0	4	3	39
2005	4	**17****	2	1	0	2	0	**7****	3	36
2002	20	17	**16****	7	2	2	**1**	**2**	**13****	80
TOTAL	49	56	31	23	7	10	18	18	22	**234**

Tableau 0.2. Fréquence d'apparition de différentes thématiques abordées, selon les périodes.

	Com. Politique	Suffrage	Corruption	Actions gouv.	Actions contro-versées	Autres	Actions mili-taires	Actions diploma -tiques	Mixtes	TOTAL
Principal	3	7	0	1	1	0	1	1	2	16
Bandeau	1	**9****	5	1	0	1	2	0	1	20
Canards	1	3	0	0	0	1	0	1	2	8
Echo	**27****	22	**2**	5	4	5	3	2	4	74
Article Une	10	6	2	5	0	0	1	4	3	31
Article Intérieur	**7**	**9**	**22****	11	2	3	11	**10****	10	85
TOTAL	49	56	31	23	7	10	18	18	22	**234**

Tableau 0.3. Fréquence d'apparition de différentes thématiques abordées, selon les types de titre.

Les traits de caractère du personnage

	Ineff-icace	Mal-honnête	Men-teur	Ins-table	Déloyal	Mauvaise com.	Dépour -vu d'auto-rité	Impo-pulaire	Mal-honnête et menteur	Ineffica-ce, impopu-laire	TOTAL
1995	5	8	3	4	3	4	**9****	7	5	**0**	79
1997	5	3	0	4	1	2	0	1	0	0	39
2005	1	**1**	3	4	0	3	0	0	0	**9****	36
2002	8	**23****	8	2	2	2	1	5	4	**0**	80
TOTAL	19	35	14	14	6	11	10	13	9	9	**234**

Tableau 0.4. Fréquence d'apparition de différents traits de caractère négatifs, selon les périodes. De par l'espace limité dont nous disposons, nous avons supprimé deux modalités de combinaisons doubles ou triples de traits ainsi que la modalité relative à l'absence de traits, qui ne présentaient pas des cases sur ou sous-représentées.

	Ineffi-cace	Mal-honnête	Men-teur	Ins-table	Déloyal	Mau-vaise com.	Dépourvu d'autorité	Impo-pulaire	D'autres combinai-sons doubles, triples	Aucun trait	TOTAL
Principal	0	2	2	0	1	1	0	0	**6****	2	16
Bandeau	0	5	0	1	0	**3****	1	1	3	5	20
Canards	**3****	0	1	0	0	0	0	1	1	1	8
Echo	9	**2**	3	**8****	3	3	3	5	5	**30****	74
Article Une	2	4	2	0	0	2	0	3	7	8	31
Article Intérieur	5	**22****	6	5	2	2	6	3	8	**12**	85
TOTAL	19	35	14	14	6	11	10	13	30	58	**234**

Tableau 0.5. Fréquence d'apparition de différents traits de caractère négatifs, selon les types de titres. Etant donné l'espace limité dont nous disposons, nous avons supprimé trois cas de combinaisons doubles de traits qui ne présentaient pas de cases sur ou sous-représentées.

Les références culturelles

	Art, philosophie	Géographie, histoire, politique	Jeux et sports	Médias	Langage	Symboles, traditions	Aucune référence	TOTAL
Principal	0	0	1	2	4	1	8	16
Bandeau	1	1	0	2	0	1	15	20
Canards	1	1	0	0	1	1	4	8
Echo	5	8	2	2	5	2	50	74
Article Une	2	2	2	1	**11****	1	**12**	31
Article Intérieur	4	4	3	2	**4**	4	**64****	85
TOTAL	13	16	8	9	25	10	153	**234**

Tableau 0.6. Fréquence d'apparition de différentes thématiques des références culturelles, selon les types de titre.

Tableau 0.7. Fréquence d'apparition de différentes échelles des références culturelles, selon les types de titre.

	Nationale	Européenne	Non européenne	Universelle	Aucune référence	TOTAL
Principal	6	0	1	1	8	16
Bandeau	3	0	1	1	15	20
Canards	4	0	0	0	4	8
Echo	17	2	2	3	50	74
Article Une	10	**5****	3	1	**12**	31
Article Intérieur	**11**	2	2	6	**64****	85
TOTAL	51	9	9	12	153	**234**

	Directe	Indirecte	Aucune référence	TOTAL
Principal	2	**6****	8	16
Bandeau	3	2	15	20
Canards	0	**4****	4	8
Echo	16	8	50	74
Article Une	**11****	8	**12**	31
Article Intérieur	13	8	**64****	85
TOTAL	45	36	153	**234**

Tableau 0.8. Fréquence d'apparition des modes des références culturelles, selon les types de titre.

	Savoir populaire	Savoir cultivé ou spécialisé	Aucune référence	TOTAL
Principal	**8****	0	8	16
Bandeau	5	0	15	20
Canards	1	**3****	4	8
Echo	17	7	50	74
Article Une	**13****	**6****	**12**	31
Article Intérieur	17	4	**64****	85
TOTAL	61	20	153	**234**

Tableau 0.9. Table de contingence qui croise la variable « savoir des références culturelles mobilisé » et « type de titre ».

Association des catégories à l'intérieur des macro-dimensions d'analyse

Pour toutes les analyses présentées dans les trois sections suivantes, nous joignons : un tableau descriptif des variables et modalités analysées ; la description de l'échantillon ; l'histogramme ; les coordonnées, contributions et cosinus des modalités ; les groupes ou classes constituées ; le premier plan factoriel (sauf dans les cas où ce graphique est présenté dans le corps de la thèse). Il faut signaler que dans les analyses où nous avons retenu plus de deux axes factoriels, les coordonnées des modalités visualisées dans le plan peuvent ne pas être exactes si la contribution statistiquement significative se trouve dans un troisième, quatrième ou rarement, un cinquième axe.

La dimension portant sur les traits de caractère

TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
AFCS	Nominale active	Traits de caractère négatifs et positifs	13	26
	Nominale active	Nombre de traits	1	3

Tableau 0.10. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

Echantillon : tous les titres qui présentent les traits de caractère retenus pour l'analyse. La première dimension est conformée de treize variables, dont dix groupes de traits négatifs (« Peu lucide et incapable » « Inefficace », « Malhonnête et immoral », « Menteur, opportuniste », « Instable et irrationnel », « Déloyal », « Indécis et influençable », « Mauvaise communication », « Dépourvu d'autorité » et « Impopulaire ») et trois positifs (« Loyal », « Décidé, confiant en soi» et « Pourvu d'autorité »). Il faut préciser que nous n'avons pas considéré dans l'analyse l'ensemble de catégories crées initialement à cause de leur trop faible fréquence d'apparition, qui pouvait interférer dans le traitement de données. La variable sur le nombre de traits par titre présente 3 modalités, celle qui se réfère à l'absence de traits n'a pas été prise en considération.

Axes retenus à partir de l'histogramme : 2 axes

HISTOGRAMME DES 2 PREMIERES VALEURS PROPRES

NUMERO	VALEUR PROPRE	POURCENTAGE	POURCENTAGE CUMULE	
1	0.1391	77.37	77.37	**********
2	0.0407	22.63	100.00	**********

Figure 0.1. Histogramme de valeurs propres obtenu pour l'AFCS portant sur la dimension « traits de caractères » et « nombre de traits par titre », avec les pourcentages correspondant aux deux axes factoriels.

COORDONNEES, CONTRIBUTIONS DES FREQUENCES SUR LES AXES 1 A 2 FREQUENCES ACTIVES

FREQUENCES			COORDONNEES		CONTRIBUTIONS		COSINUS CARRES	
IDEN - LIBELLE COURT	P.REL	DISTO	1	2	1	2	1	2
C2 - COEN	11.27	0.19	-0.44	-0.04	15.6	0.5	0.99	0.01
C3 - COIN	5.99	0.21	0.03	0.45	0.0	30.2	0.00	1.00
C4 - INON	16.90	0.25	0.50	-0.04	30.5	0.8	0.99	0.01
C5 - INSN	11.62	0.08	-0.03	-0.27	0.1	21.4	0.01	0.99
C6 - FISN	9.51	0.38	-0.60	0.12	24.9	3.1	0.96	0.04
C7 - FICN	3.52	0.22	0.45	0.11	5.1	1.1	0.94	0.06
C8 - FICP	3.52	0.22	0.16	-0.44	0.6	16.6	0.11	0.89
C9 - FILN	3.52	0.19	-0.03	0.43	0.0	16.1	0.00	1.00
C10 - FILP	2.11	0.01	0.06	0.04	0.0	0.1	0.60	0.40
C11 - CEAN	9.51	0.13	-0.32	-0.17	6.9	6.6	0.78	0.22
C12 - CEUN	6.69	0.01	0.11	0.05	0.6	0.5	0.80	0.20
C13 - CEUP	5.99	0.35	0.59	0.08	15.0	0.9	0.98	0.02
C14 - CEPN	9.86	0.02	-0.10	0.09	0.7	1.9	0.56	0.44

Tableau 0.11. Coordonnées, contributions et cosinus carrés des modalités actives dans les deux axes factoriels.

Modalités qui ont présenté des associations : plusieurs modalités de deux groupes de variables.

Nombre de groupes : 3

Description de groupes : Traits structurés selon les modalités relatives au nombre de traits par titre.

Cette analyse a été productive pour apprendre quels sont les traits de caractère négatifs et positifs qui apparaissent dans les titres combinés avec d'autres traits. Cependant, elle ne nous permet pas de voir des associations entre les groupes de traits[361]. Nous avons alors opté par un tableau de Burt, en retenant les modalités d'intérêt. Ce tableau symétrique croise les variables et leurs modalités prises deux à deux. Dans notre cas, chaque groupe de traits de personnalité était une variable, qui était croisée avec toutes les autres variables comprenant des traits. Le Tableau 7.16. a été simplifié en ne présentant que la modalité négative de certains groupes de traits.

TRAITS NEGATIFS	Inefficace	Peu lucide	Malhonnête	Menteur	Instable	Mauvaise Com	Dépourvu d'autorité	Impopulaire
Inefficace	**32**	7	2	1	7	6	4	10
Peu lucide	7	**17**	1	1	2	4	1	3
Malhonnête	2	1	**48**	11	2	1	1	1
Menteur	1	1	11	**33**	7	4	1	1
Instable	7	2	2	7	**27**	6	2	4
Mauvaise Com	6	4	1	4	6	**27**	2	3
Dépourvu d'autorité	4	1	1	1	2	2	**19**	5
Impopulaire	10	3	1	1	4	3	5	**28**

Tableau 0.12. Fragment du tableau de Burt qui se réfère aux traits de caractère. Ce tableau présente une partie de combinaisons de traits pris 2 à 2. Nous avons coloré les cases dans lesquelles la combinaison de ces deux traits est égale ou supérieure à cinq. Les numéros en gras qui apparaissent en diagonale représentent la fréquence absolue de chaque trait. Celle-ci ne correspond pas à l'addition des cases présentées car le tableau est un fragment des combinaisons réelles.

La dimension sur les figures rhétoriques

TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
AFCS	Nominale active	Figures rhétoriques	8	16
	Nominale active	Nombre de figures par titre	1	4
	Continue	Nombre de figures par titre	1	
	Nominale illustrative	Période d'analyse	1	4
	Nominale illustrative	Type de titre	1	6
	Nominale illustrative	Registre de langue	1	3

Tableau 0.13. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

[361] De par la structure de cette dimension et sa distribution dans l'échantillon, les méthodes d'Analyse multivariée ne sont pas pertinentes pour atteindre ce but. Comme nous avons détaillé dans le chapitre 5, chaque variable comprenant un groupe des traits de personnalité est composée de trois modalités : la présence de ce trait sous forme négative, sa présence sous forme positive, et son absence. Ces variables interviennent de manière non exclusive, c'est-à-dire qu'un seul titre peut être caractérisé par plusieurs groupes de traits (négatifs ou positifs). Le choix de maintenir une richesse de catégories qui décrivent la construction de l'image du personnage à travers ses traits de personnalité a redondé bien évidemment dans une plus grande dispersion de données. Même si les traits sont présents dans 88% du corpus, la représentation de chaque groupe de traits négatifs et positifs est très baisse dans l'ensemble de données : celle qui réunit la représentation la plus élevée n'atteint que 25% des titres. Ainsi, la distribution des fréquences pour chaque variable avec les trois modalités mentionnées devient trop inégale, celle qui se réfère à l'absence de traits pour chaque groupe réunit un pourcentage bien supérieur. Ceci rend peu satisfaisant d'appliquer une AFCM comme nous avons effectué pour d'autres dimensions.

Echantillon : 208 titres. Les titres qui ne présentaient pas de figures furent exclus de l'analyse.

Axes retenus à partir de l'histogramme : A partir de l'histogramme, nous avons retenu les cinq premiers axes de l'analyse.

HISTOGRAMME DES 11 PREMIERES VALEURS PROPRES

NUMERO	POURCENTAGE	POURCENTAGE CUMULE	
1	16.18	16.18	**********
2	12.35	28.53	********
3	11.65	40.18	********
4	11.41	51.59	********
5	10.58	62.17	*******
6	9.30	71.47	******
7	8.14	79.61	******
8	7.79	87.40	******
9	6.85	94.25	*****
10	5.66	99.91	*****
11	0.09	100.00	*

Figure 0.2. Histogramme de valeurs propres obtenu pour l'AFCM centrée sur la dimension « figures rhétoriques », avec les pourcentages correspondant aux onze axes factoriels.

COORDONNEES, CONTRIBUTIONS ET COSINUS CARRES DES MODALITES ACTIVES - AXES 1 A 5

MODALITES			COORDONNEES					CONTRIBUTIONS					COSINUS CARRES				
IDEN - LIBELLE	P.REL	DISTO	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4 . FMOT																	
FMOO - FMOO	1.71	5.50	-1.01	0.37	-1.00	-0.31	1.09	8.9	1.5	12.1	1.1	15.6	0.19	0.02	0.18	0.02	0.22
FMON - FMON	9.40	0.18	0.18	-0.07	0.18	0.06	-0.20	1.6	0.3	2.2	0.2	2.8	0.19	0.02	0.18	0.02	0.22
			CONTRIBUTION CUMULEE =					10.5	1.8	14.3	1.4	18.5					
5 . FCOS																	
FCOO - FCOO	1.50	6.43	-0.22	0.22	-0.06	1.52	-0.90	0.4	0.5	0.0	24.6	9.4	0.01	0.01	0.00	0.36	0.13
FCON - FCON	9.62	0.16	0.03	-0.03	0.01	-0.24	0.14	0.1	0.1	0.0	3.8	1.5	0.01	0.01	0.00	0.36	0.13
			CONTRIBUTION CUMULEE =					0.4	0.5	0.0	28.5	10.8					
6 . FMFI																	
FMFO - FMFO	2.62	3.24	0.22	-0.73	-0.21	0.73	-0.82	0.6	9.3	0.8	9.9	13.5	0.01	0.17	0.01	0.16	0.21
FMFN - FMFN	8.49	0.31	-0.07	0.23	0.06	-0.22	0.25	0.2	2.9	0.2	3.1	4.2	0.01	0.17	0.01	0.16	0.21
			CONTRIBUTION CUMULEE =					0.8	12.2	1.1	13.0	17.7					
7 . FASC																	
FASO - FASO	3.31	2.35	-0.36	-0.25	-0.42	-0.90	-0.70	2.1	1.4	4.2	19.2	12.7	0.05	0.03	0.08	0.34	0.21
FASN - FASN	7.80	0.42	0.15	0.11	0.18	0.38	0.30	0.9	0.6	1.8	8.1	5.4	0.05	0.03	0.08	0.34	0.21
			CONTRIBUTION CUMULEE =					3.1	2.0	6.0	27.3	18.1					
8 . FDSE																	
FDSO - FDSO	3.53	2.15	-0.44	-1.00	-0.12	0.12	0.60	3.4	23.4	0.3	0.4	9.7	0.09	0.47	0.01	0.01	0.17
FDSN - FDSN	7.59	0.46	0.20	0.47	0.05	-0.06	-0.28	1.6	10.9	0.2	0.2	4.5	0.09	0.47	0.01	0.01	0.17
			CONTRIBUTION CUMULEE =					5.0	34.3	0.5	0.5	14.2					
9 . FCNS																	
FCNO - FCNO	2.99	2.71	-0.89	0.85	-0.39	0.25	0.03	12.1	14.3	3.2	1.3	0.0	0.29	0.27	0.06	0.02	0.00
FCNN - FCNN	8.12	0.37	0.33	-0.31	0.14	-0.09	-0.01	4.4	5.3	1.2	0.5	0.0	0.29	0.27	0.06	0.02	0.00
			CONTRIBUTION CUMULEE =					16.5	19.6	4.4	1.8	0.0					
10 . FIRV																	
FIRO - FIRO	2.78	3.00	-0.18	0.86	1.05	-0.19	-0.10	0.5	13.6	21.4	0.8	0.2	0.01	0.25	0.37	0.01	0.00
FIRN - FIRN	8.33	0.33	0.06	-0.29	-0.35	0.06	0.03	0.2	4.5	7.1	0.3	0.1	0.01	0.25	0.37	0.01	0.00
			CONTRIBUTION CUMULEE =					0.6	18.1	28.5	1.0	0.3					
11 . FPEE																	
FPEO - FPEO	3.37	2.30	-0.77	-0.25	0.87	-0.07	-0.13	10.0	1.4	18.1	0.1	0.4	0.25	0.03	0.33	0.00	0.01
FPEN - FPEN	7.75	0.43	0.33	0.11	-0.38	0.03	0.06	4.3	0.6	7.9	0.1	0.2	0.25	0.03	0.33	0.00	0.01
			CONTRIBUTION CUMULEE =					14.3	2.0	25.9	0.2	0.6					
13 . FICO																	
FUNE - FUNE	4.27	1.60	0.96	0.25	-0.31	-0.38	-0.10	19.8	1.8	2.8	4.5	0.3	0.57	0.04	0.06	0.09	0.01
FDEU - FDEU	3.90	1.85	-0.07	-0.03	0.27	0.68	0.54	0.1	0.0	2.0	12.8	8.8	0.00	0.00	0.04	0.25	0.16
FTRO - FTRO	2.24	3.95	-1.01	-0.62	0.55	-0.65	-0.37	11.6	5.8	4.7	6.8	2.4	0.26	0.10	0.08	0.11	0.03
FAUC - FAUC	0.69	15.00	-2.22	0.65	-1.41	0.66	-1.24	17.3	1.9	9.7	2.2	8.3	0.33	0.03	0.13	0.03	0.10
			CONTRIBUTION CUMULEE =					48.8	9.6	19.3	26.4	19.8					

Tableau 0.14. Coordonnées, contributions et cosinus carrés des modalités actives dans les cinq premiers axes factoriels.

Modalités qui ont présenté des associations : Il vaut la peine mentionner que 17 des 20 modalités actives ont une contribution supérieure à la moyenne dans au moins l'un de différents axes choisis. Quant aux modalités illustratives, trois périodes des quatre atteignent ou dépassent la valeur test de ≥ 1.96 (1997, 2002 et 2005), ainsi que deux des trois registres

de langue (courant et familier) et quatre des six types de titres (principal, oreilles, écho, article intérieur).

Nombre de groupes : 4

Description de groupes :

Le **groupe A** se caractérise par l'absence de combinaison de figures ; les figures de construction ; l'ironie et ses variantes ; les figures de mots ; et l'absence de figures de double sens.

Le **groupe B** est formé par la combinaison double de figures (trois types de figures rhétoriques différentes par titre) ; les figures de contiguïté ; la modalité qui réfère à l'absence de figures d'association ; et les titres qui se trouvent à l'intérieur du journal.

Le **groupe C**, enfin, est caractérisé par la modalité relative à la combinaison de quatre à six figures rhétoriques par titre appartenant à des groupes différents; les figures de pensée, qui s'associent à l'ironie et ses variantes ; les figures de double sens, en rapport avec les figures d'association ; les titres principaux de la Une ; les oreilles présentées par les canards ; et le registre familier.

Il existe un dernier groupe, le **groupe D**, que nous n'avons pas présenté dans le corps de la thèse puisqu'il n'associe pas de figures rhétoriques. Il est constitué des modalités suivantes : la présence d'une combinaison par titre, c'est-à-dire de deux types de figures rhétoriques appartenant à des groupes différents ; le titre des échos ; le registre courant, et la période comprise en 2002. Ce groupe est caractérisé par l'existence d'une combinaison de figures sans qu'il y ait distinction entre elles. Il est intéressant ici de voir l'émergence des titres des échos, qui figurent associés à l'utilisation d'un registre courant. La période comprise en 2002 se différencie des autres périodes par l'emploi de ce registre.

Cette analyse a été faite en introduisant une variable continue, relative au nombre de figures rhétoriques identifiées par titre –y compris les répétitions d'une même figure. Cette variable est associée à la variable de combinaison de figures. La relation la plus nette a lieu avec le groupe C, c'est-à-dire que plus nombreuses sont les combinaisons de différentes figures rhétoriques dans un titre, plus de probabilités il y aura de trouver des figures rhétoriques répétées ou des figures appartenant au même groupe dans un titre. Un cas opposé au précédent mais dans lequel on identifie une association –quoique inférieure- a lieu entre la variable continue et la modalité qui indique l'absence de combinaison de figures, qui contribue à la caractérisation du groupe A. Ainsi, parmi les titres caractérisés par l'absence de combinaison de figures différentes, on peut identifier des cas qui se distinguent de la moyenne par la répétition d'une même figure ou bien par l'utilisation de plus d'une figure qui correspond au même groupe.

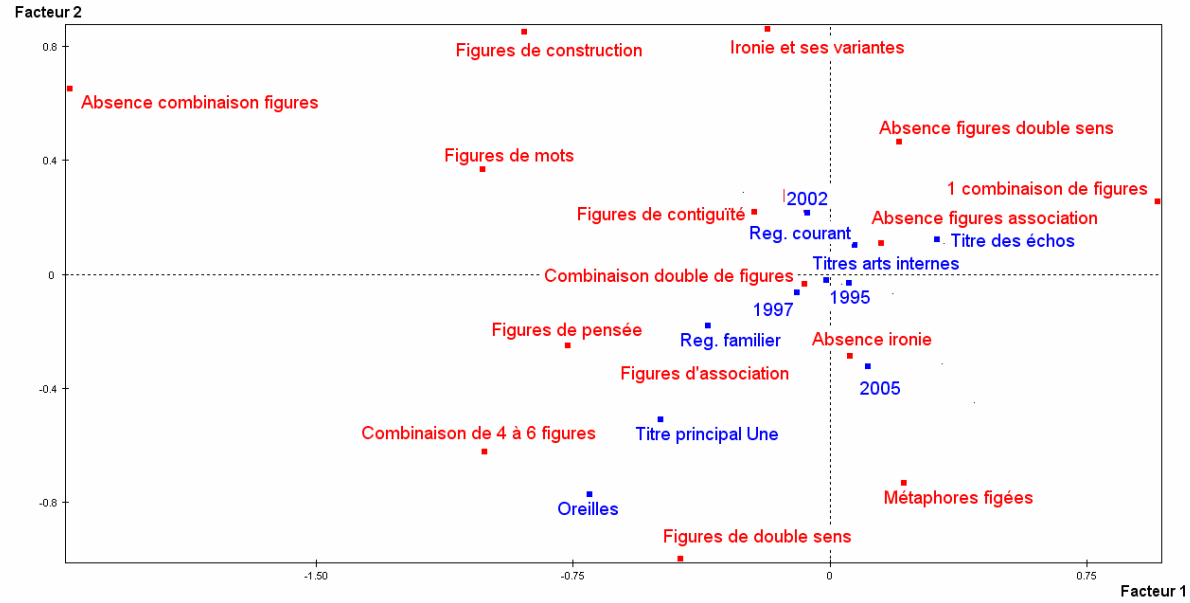


Figure 0.3. Premier plan factoriel de l'AFCM centrée sur la dimension de figures rhétoriques (type de figure et nombre de figure par titre en rouge) et ayant la période, le type de titre et le registre de langue comme variables illustratives (en bleu). Seulement les modalités qui ont atteint des valeurs statistiquement significatives sont présentes dans le plan. Les modalités ne présentent pas forcément leurs coordonnées réelles puisqu'on ne présente que les deux premiers axes factoriels. Ceci est valable pour tous les graphiques que nous présenterons par la suite, à l'exception des AFCS.

La dimension portant sur les références culturelles

TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
AFCM	Nominale active	Références culturelles	4	16
	Nominale illustrative	Période d'analyse	1	4
	Nominale illustrative	Type de titre	1	6
	Nominale illustrative	Registre de langue	1	3

Tableau 0.15. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

Echantillon : Les quatre variables qui correspondent à la dimension de références culturelles : thème, air de couverture, mode et savoir mobilisé, ont été considérés de manière active ; le type de titre, la thématique abordée et la période, de manière illustrative.

Axes retenus à partir de l'histogramme : Après avoir observé l'histogramme de valeurs propres, nous avons décidé de retenir les trois premiers axes factoriels.

HISTOGRAMME DES 10 PREMIERES VALEURS PROPRES

NUMERO	VALEUR PROPRE	POURCENTAGE	POURCENTAGE CUMULE	
1	0.4860	19.44	19.44	**********
2	0.3804	15.22	34.66	********
3	0.2959	11.84	46.49	******
4	0.2793	11.17	57.66	******
5	0.2583	10.33	68.00	*****
6	0.2487	9.95	77.94	*****
7	0.2022	8.09	86.03	****
8	0.1442	5.77	91.80	***
9	0.1348	5.39	97.19	***
10	0.0703	2.81	100.00	*

Figure 0.4. Histogramme de valeurs propres obtenu pour l'AFCM centrée sur la dimension « références culturelles», avec les pourcentages correspondant aux onze axes factoriels.

COORDONNEES, CONTRIBUTIONS ET COSINUS CARRES DES MODALITES ACTIVES - AXES 1 A 5

MODALITES			COORDONNEES					CONTRIBUTIONS					COSINUS CARRES				
IDEN - LIBELLE	P.REL	DISTO	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6 . RCTH																	
AF_1 - RCAP	4.01	5.23	0.15	0.00	-1.37	-0.97	-0.16	0.2	0.0	25.4	13.6	0.4	0.00	0.00	0.36	0.18	0.01
AF_2 - RCGH	4.94	4.06	-0.85	0.33	-0.47	0.14	-0.88	7.4	1.4	3.8	0.3	14.8	0.18	0.03	0.06	0.00	0.19
AF_3 - RCJS	2.47	9.13	2.10	1.57	-0.16	0.33	0.18	22.4	16.0	0.2	1.0	0.3	0.48	0.27	0.00	0.01	0.00
AF_4 - RCME	2.78	8.00	-1.06	1.11	0.92	0.64	0.62	6.4	9.0	8.0	4.0	4.1	0.14	0.15	0.11	0.05	0.05
AF_5 - RCLA	7.72	2.24	0.12	-0.76	0.88	-0.63	-0.04	0.2	11.7	20.1	11.0	0.0	0.01	0.26	0.34	0.18	0.00
AF_6 - RCST	3.09	7.10	0.13	-0.88	-0.36	1.78	1.00	0.1	6.3	1.4	35.1	12.0	0.00	0.11	0.02	0.45	0.14
			CONTRIBUTION CUMULEE =					36.8	44.3	58.8	65.0	31.8					
7 . RCCO																	
AG_1 - RCNA	15.74	0.59	-0.42	0.05	0.14	-0.40	0.30	5.6	0.1	1.0	9.2	5.5	0.29	0.00	0.03	0.28	0.15
AG_2 - RCEU	2.78	8.00	0.28	-1.84	-0.65	0.97	0.43	0.5	24.7	3.9	9.3	2.0	0.01	0.42	0.05	0.12	0.02
AG_3 - RCNE	2.78	8.00	-0.46	0.17	0.46	1.19	-2.20	1.2	0.2	2.0	14.2	51.9	0.03	0.00	0.03	0.18	0.60
AG_4 - RCUN	3.70	5.75	1.90	1.04	-0.44	0.10	0.04	27.5	10.5	2.4	0.1	0.0	0.63	0.19	0.03	0.00	0.00
			CONTRIBUTION CUMULEE =					34.7	35.5	9.3	32.9	59.5					
8 . RCFO																	
AH_1 - RCDI	13.89	0.80	0.47	-0.50	-0.08	-0.13	-0.26	6.3	9.0	0.3	0.9	3.8	0.28	0.31	0.01	0.02	0.09
AH_2 - RCIN	11.11	1.25	-0.59	0.62	0.10	0.17	0.33	7.9	11.2	0.4	1.1	4.7	0.28	0.31	0.01	0.02	0.09
			CONTRIBUTION CUMULEE =					14.2	20.1	0.7	2.0	8.5					
9 . RCSM																	
AI_1 - RCSP	18.83	0.33	0.30	-0.02	0.35	0.02	-0.03	3.5	0.0	7.7	0.0	0.1	0.28	0.00	0.37	0.00	0.00
AI_2 - RCSC	6.17	3.05	-0.92	0.06	-1.06	-0.07	0.09	10.7	0.1	23.5	0.1	0.2	0.28	0.00	0.37	0.00	0.00
			CONTRIBUTION CUMULEE =					14.2	0.1	31.2	0.2	0.3					

Tableau 0.16. Coordonnées, contributions et cosinus carrés des modalités actives dans les cinq premiers axes factoriels.

Modalités qui ont présenté des associations : A l'exception des références sur des symboles et traditions et des références non européennes, l'ensemble de modalités relatives à la dimension des références culturelles, est bien représenté. Parmi les variables illustratives, celles qui ont atteint la valeur test sont les suivantes : le titre principal, le titre des articles à la Une et à la Fausse Une, le registre familier, les thématiques centrées sur des actions gouvernementales ou des actions militaires. Ni les périodes ni les personnages, au contraire, ne font partie d'aucun groupe.

Nombre de groupes : 7

Description de groupes :

Le **groupe A** est constitué par les références aux produits et personnages médiatiques, les références nationales, indirectes et celles qui mobilisent un savoir cultivé ou spécialisé.

Le **groupe B** comporte des références langagières, celles qui activent un savoir populaire, des titres avec un registre familier, des références directes et des thématiques liées aux actions gouvernementales.

Le **groupe C**, pour sa part, partage les trois premières modalités du groupe B, auquel il faut ajouter le titre principal et les thématiques militaires.

Le **groupe D** est composé des références langagières, directes, et les titres des articles placés dans la première et la dernière page du journal.

Les trois groupes restants signalent des associations entre deux modalités seulement: le **groupe E** met en rapport les références aux jeux et sports et celles de caractère universel. Les **groupes F et G** ont le savoir cultivé ou spécialisé comme élément commun, le premier associé à des références géographiques, historiques ou institutionnelles, et le deuxième à des connaissances liées à l'art, la philosophie et des disciplines proches.

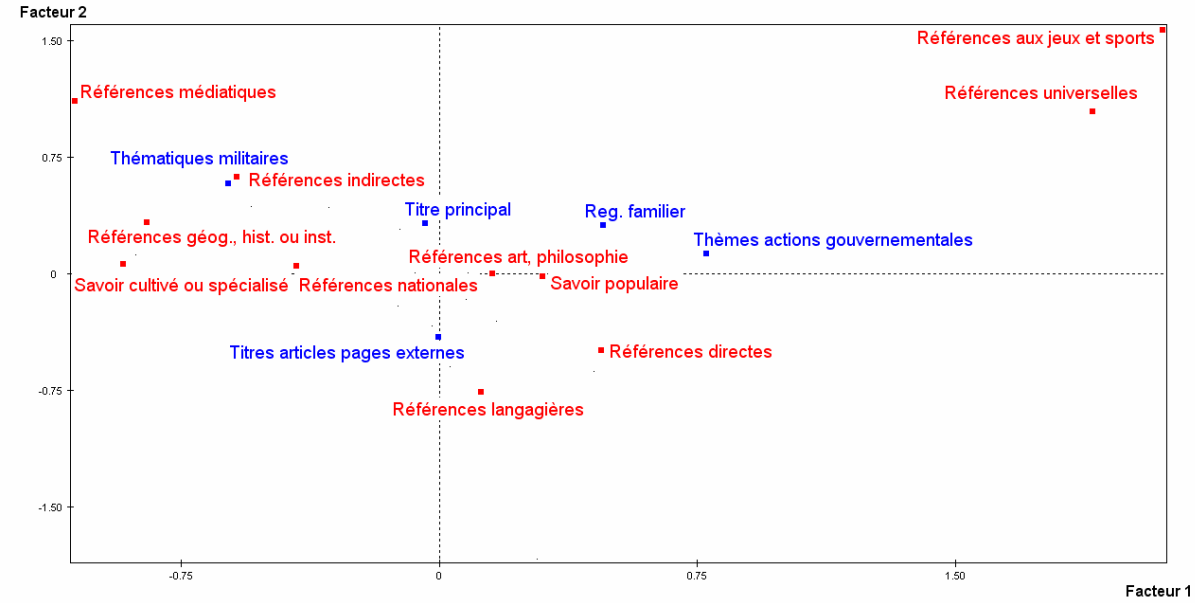


Figure 0.5. Premier plan factoriel de l'AFCM centrée sur la dimension « références culturelles » (thème, air de couverture, mode et savoir mobilisé, en rouge) et ayant la période, le type de titre, le registre de langue, les personnages et la thématique comme des variables illustratives (en bleu). Seulement les modalités qui ont atteint des valeurs statistiquement significatives sont présentes dans le plan.

Analyse des associations entre plusieurs dimensions d'analyse

Quels personnages pour quelles thématiques (et vice versa)?

TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
AFCM ACHA	Nominale active	Personnages dont il est question dans les titres	1	9
	Nominale active	Thématiques abordées	1	9
	Nominale illustrative	Période d'analyse	1	4
	Nominale illustrative	Type de titre	1	6
	Nominale illustrative	Registre de langue	1	3

Tableau 0.17. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

Echantillon : la totalité des titres.

Axes retenus à partir de l'histogramme : Sur la base de l'histogramme de valeurs propres, nous avons sélectionné les cinq premiers axes factoriels pour faire la classification et ensuite nous avons retenu la coupure en six classes de modalités.

HISTOGRAMME DES 16 PREMIERES VALEURS PROPRES

NUMERO	VALEUR PROPRE	POURCENTAGE	POURCENTAGE CUMULE	
1	0.7984	9.98	9.98	**********
2	0.7230	9.04	19.02	*********
3	0.6649	8.31	27.33	********
4	0.6464	8.08	35.41	********
5	0.6108	7.64	43.04	*******
6	0.5719	7.15	50.19	*******
7	0.5547	6.93	57.13	*******
8	0.5031	6.29	63.42	******
9	0.4969	6.21	69.63	******
10	0.4453	5.57	75.19	*****
11	0.4281	5.35	80.54	*****
12	0.3892	4.86	85.41	*****
13	0.3536	4.42	89.83	****
14	0.3351	4.19	94.02	****
15	0.2770	3.46	97.48	***
16	0.2016	2.52	100.00	**

Figure 0.6. Histogramme de valeurs propres obtenu pour l'AFCM ayant les personnages et les thématiques abordées comme variables actives et la période, le registre de langue et le type de titre comme variables illustratives, avec les pourcentages correspondant aux seize axes factoriels.

COORDONNEES, CONTRIBUTIONS ET COSINUS CARRES DES MODALITES ACTIVES - AXES 1 A 5

MODALITES	COORDONNEES	CONTRIBUTIONS	COSINUS CARRES

IDEN - LIBELLE	P.REL	DISTO	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3 . PERS																	
AC_1 - CHSE	20.94	1.39	0.13	-0.40	-0.16	0.31	0.04	0.5	4.6	0.8	3.2	0.1	0.01	0.12	0.02	0.07	0.00
AC_2 - CHPM	6.20	7.07	0.24	0.53	-0.23	-1.78	-0.33	0.4	2.4	0.5	30.5	1.1	0.01	0.04	0.01	0.45	0.02
AC_3 - CHPA	7.91	5.32	0.30	0.48	0.73	-0.27	0.52	0.9	2.5	6.4	0.9	3.5	0.02	0.04	0.10	0.01	0.05
AC_4 - CHAD	5.13	8.75	0.45	-1.21	-0.04	0.46	0.49	1.3	10.4	0.0	1.7	2.0	0.02	0.17	0.00	0.02	0.03
AC_5 - CHGE	4.70	9.64	-2.67	0.38	-0.03	0.28	-0.28	42.0	0.9	0.0	0.6	0.6	0.74	0.01	0.00	0.01	0.01
AC_6 - CHAU	1.50	32.43	-0.10	0.04	0.52	-0.79	1.28	0.0	0.0	0.6	1.5	4.0	0.00	0.00	0.01	0.02	0.05
AC_7 - CHFA	1.28	38.00	1.19	3.20	2.19	2.19	-0.53	2.3	18.1	9.3	9.5	0.6	0.04	0.27	0.13	0.13	0.01
AC_8 - CHPE	1.28	38.00	0.86	-0.89	0.45	0.12	-4.26	1.2	1.4	0.4	0.0	38.1	0.02	0.02	0.01	0.00	0.48
AC_9 - CHME	1.07	45.80	1.05	2.54	-4.46	1.13	0.08	1.5	9.5	32.0	2.1	0.0	0.02	0.14	0.43	0.03	0.00
			CONTRIBUTION CUMULEE =					50.0	50.0	50.0	50.0	50.0					
5 . THEM																	
AE_1 - THIO	10.47	3.78	0.21	-0.72	-0.24	0.71	0.93	0.6	7.5	0.9	8.2	14.9	0.01	0.14	0.02	0.13	0.23
AE_2 - THIP	11.97	3.18	0.46	-0.80	0.03	-0.09	-1.10	3.2	10.5	0.0	0.1	23.6	0.07	0.20	0.00	0.00	0.38
AE_3 - THIC	6.62	6.55	0.76	1.61	0.72	0.65	-0.18	4.7	23.7	5.1	4.4	0.4	0.09	0.40	0.08	0.06	0.00
AE_4 - THIG	4.91	9.17	0.36	0.31	0.25	-2.09	0.50	0.8	0.6	0.5	33.2	2.0	0.01	0.01	0.01	0.48	0.03
AE_5 - THIA	1.50	32.43	0.71	1.58	-4.28	-0.18	-0.24	1.0	5.2	41.1	0.1	0.1	0.02	0.08	0.56	0.00	0.00
AE_6 - THIU	2.14	22.40	0.47	0.51	0.75	0.59	0.20	0.6	0.8	1.8	1.2	0.1	0.01	0.01	0.02	0.02	0.00
AE_7 - THEM	3.85	12.00	-1.60	0.06	-0.08	0.31	-0.05	12.3	0.0	0.0	0.6	0.0	0.21	0.00	0.00	0.01	0.00
AE_8 - THED	3.85	12.00	-2.34	0.52	0.00	-0.01	-0.57	26.3	1.5	0.0	0.0	2.1	0.45	0.02	0.00	0.00	0.03
AE_9 - THEX	4.70	9.64	-0.31	-0.17	0.26	-0.56	0.94	0.5	0.2	0.5	2.3	6.7	0.01	0.00	0.01	0.03	0.09
			CONTRIBUTION CUMULEE =					50.0	50.0	50.0	50.0	50.0					

Tableau 0.18. Coordonnées, contributions et cosinus carrés des modalités actives dans les cinq premiers axes factoriels.

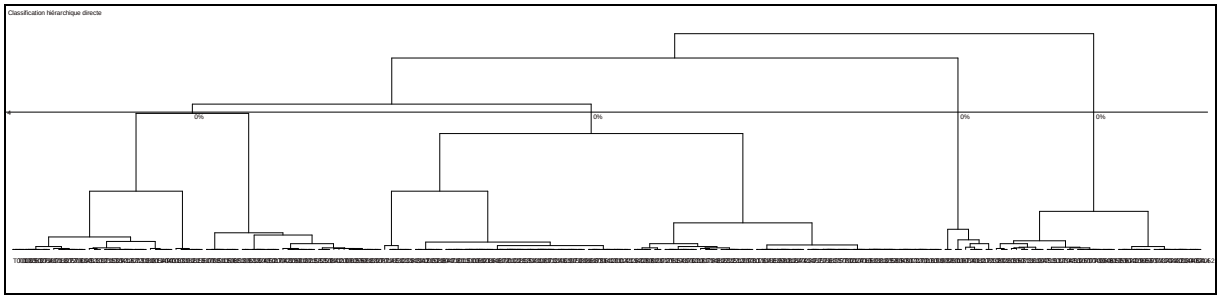


Figure 0.7. Dendrogramme obtenu à partir de l'ACHA, ayant les personnages et les thématiques abordées comme variables actives et la période, le registre de langue et le type de titre comme variables illustratives. La ligne transversale aux classes indique la coupure en six classes.

Nombre de classes : 6.

Description de classes :

La **classe A** comprend 38 titres et elle est conformée par des thématiques liées à des affaires de corruption ; des thématiques de politique intérieure non spécifiées ; des titres qui réfèrent à Chirac et sa famille ainsi que ceux qui portent sur Chirac et ses partisans politiques ; et des titres qui se trouvent à l'intérieur du journal.

La **classe B,** qui est composée de 35 titres, se caractérise par des titres portant sur des actions gouvernementales et ceux qui réfèrent à Chirac et son Premier Ministre.

La **classe C** réunit 49 titres et comprend des thématiques sur des événements de participation citoyenne, des titres qui ont Chirac seul ou avec le peuple français comme personnages, les périodes de 2005 et 1997.

La **classe D** est constituée par 61 titres, qui réfèrent à la communication politique, les relations publiques et l'opinion publique liées au Président ; ceux qui réfèrent à des sujets mixtes ; des titres sur Chirac seul ou avec ses adversaires politiques ; des titres des échos et la période de 2002.

La **classe E** n'a que 10 titres et réunit des thématiques qui traitent sur l'utilisation controversée du pouvoir dont la dissolution de l'Assemblée et des titres sur Chirac et les médias.

La **classe F**, enfin, comprend 41 titres et elle est caractérisée par ceux qui portent sur Chirac et des gouvernants étrangers ; des thèmes sur les actions diplomatiques de la France ainsi que ceux sur des actions militaires; la période de 1995 ; et les titres qui se placent dans les pages internes du journal.

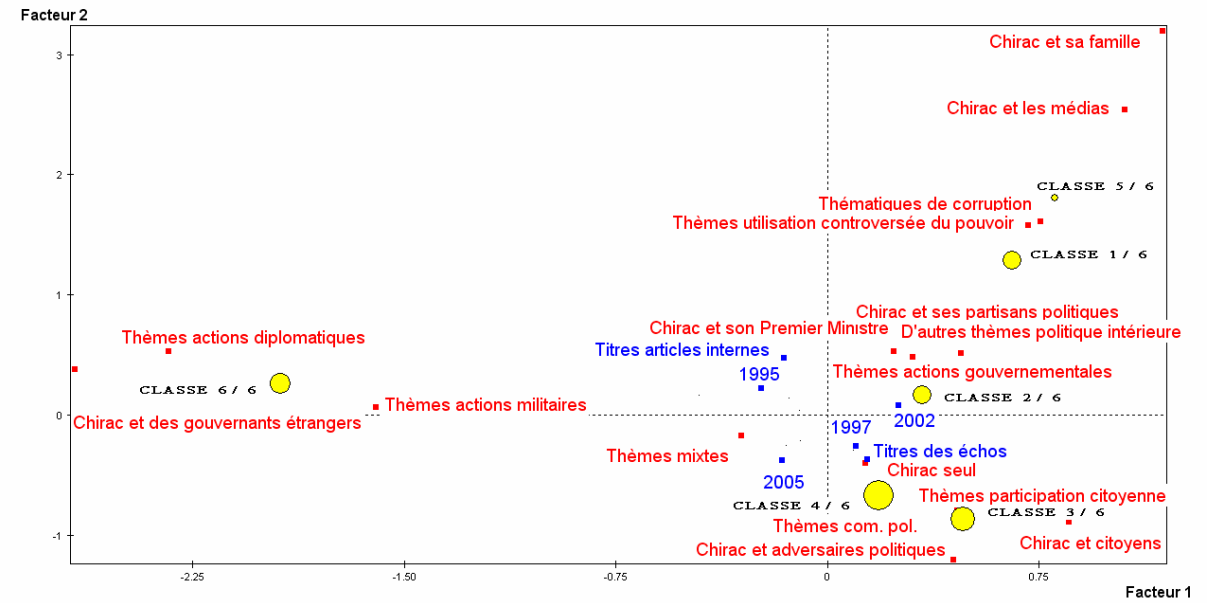


Figure 0.8. Premier plan factoriel de l'AFCM centrée sur les personnages et les thématiques abordées (en rouge) et ayant la période, le type de titre et le registre de langue comme variables illustratives (en bleu). Les six classes de l'ACHA ont été projetées dans le plan. Seulement les modalités qui ont atteint des valeurs statistiquement significatives sont présentes. Les modalités ne présentent pas forcément leurs coordonnées réelles puisqu'on ne présente que les deux premiers axes factoriels.

Les rapports des personnages dont on fait référence dans les titres

TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
AFCS	Nominale active	Personnages dont il est question dans les titres	1	7
	Nominale active	Rapports entre les personnages	1	3

Tableau 0.19. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

Echantillon : De la variable « personnages des titres » nous avons supprimé la modalité « Chirac seul » pour des raisons évidentes. En plus, comme entre Chirac et sa famille il n'y a que des rapports de collaboration, nous n'avons pas considéré cette modalité dans l'analyse.

Axes retenus à partir de l'histogramme : 2

HISTOGRAMME DES 2 PREMIERES VALEURS PROPRES

NUMERO	VALEUR PROPRE	POURCENTAGE	POURCENTAGE CUMULE	
1	0.2209	86.84	86.84	**********
2	0.0335	13.16	100.00	**********

Figure 0.9. Histogramme de valeurs propres obtenu pour l'AFCS ayant les personnages et les thématiques abordées comme variables actives.

COORDONNEES, CONTRIBUTIONS DES FREQUENCES SUR LES AXES 1 A 2 - FREQUENCES ACTIVES

FREQUENCES			COORDONNEES		CONTRIBUTIONS		COSINUS CARRES	
IDEN - LIBELLE COURT	P.REL	DISTO	1	2	1	2	1	2
C2 - CHPM	22.31	0.14	0.37	0.03	13.6	0.6	0.99	0.01
C3 - CHPA	28.46	0.23	0.47	0.03	28.9	0.6	1.00	0.00
C4 - CHAD	18.46	0.59	-0.76	0.10	48.9	5.7	0.98	0.02
C5 - CHGE	16.92	0.12	-0.22	-0.27	3.6	36.5	0.39	0.61
C6 - CHAU	5.38	0.09	-0.31	0.03	2.3	0.1	0.99	0.01
C7 - CHPE	4.62	0.35	-0.22	0.54	1.1	40.7	0.15	0.85
C8 - CHME	3.85	0.24	-0.31	-0.37	1.7	15.8	0.42	0.58

COORDONNEES, CONTRIBUTIONS ET COSINUS CARRES DES INDIVIDUS - AXES 1 A 2

INDIVIDUS			COORDONNEES					CONTRIBUTIONS					COSINUS CARRES				
IDENTIFICATEUR	P.REL	DISTO	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0
RAPC	41.54	0.22	0.45	-0.13	0.00	0.00	0.00	37.6	20.8	0.0	0.0	0.0	0.92	0.08	0.00	0.00	0.00
RAPA	42.31	0.30	-0.54	-0.03	0.00	0.00	0.00	56.8	0.9	0.0	0.0	0.0	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00
RAP-	16.15	0.24	0.28	0.40	0.00	0.00	0.00	5.6	78.3	0.0	0.0	0.0	0.32	0.68	0.00	0.00	0.00

Tableau 0.20. Coordonnées, contributions et cosinus carrés des modalités actives dans les deux axes factoriels.

Nombre de groupes : 3

Description de groupes : Les rapports construits entre les personnages forment trois groupes, décrits dans le corps de la thèse.

Des figures rhétoriques spécifiques en fonction des traits de caractère présentés (et vice versa)?

TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
	Nominale active	Figures rhétoriques	1	13
	Nominale active	Traits de caractère négatifs	1	13
AFCM ACHA	Nominale illustrative	Personnages dont il est question dans les titres	1	9
	Nominale illustrative	Thématiques abordées	1	9
	Nominale illustrative	Période d'analyse	1	4
	Nominale illustrative	Type de titre	1	6
	Nominale illustrative	Registre de langue	1	3

Tableau 0.21. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

Echantillon : la totalité des titres.

Axes retenus à partir de l'histogramme : Comme à partir de l'histogramme de valeurs propres, nous n'avons pas détecté un nombre limité d'axes qui présentent une bonne absorption de l'inertie[362], nous avons utilisé une méthode de Classification Hiérarchique Ascendante en considérant l'ensemble d'axes factoriels, soit 24.

HISTOGRAMME DES 24 PREMIERES VALEURS PROPRES

NUMERO	VALEUR PROPRE	POURCENTAGE	POURCENTAGE CUMULE	
1	0.7210	6.01	6.01	**********
2	0.6981	5.82	11.83	**********
3	0.6758	5.63	17.46	**********
4	0.6329	5.27	22.73	*********

[362] Voir section 5.2.2.3. du corps de la thèse.

5	0.6114	5.09	27.83	**********
6	0.5927	4.94	32.77	**********
7	0.5914	4.93	37.69	**********
8	0.5827	4.86	42.55	**********
9	0.5580	4.65	47.20	**********
10	0.5409	4.51	51.71	**********
11	0.5133	4.28	55.98	**********
12	0.5073	4.23	60.21	**********
13	0.4927	4.11	64.32	**********
14	0.4867	4.06	68.37	**********
15	0.4591	3.83	72.20	**********
16	0.4420	3.68	75.88	**********
17	0.4173	3.48	79.36	**********
18	0.4086	3.41	82.77	**********
19	0.4073	3.39	86.16	**********
20	0.3886	3.24	89.40	**********
21	0.3671	3.06	92.46	**********
22	0.3242	2.70	95.16	**********
23	0.3019	2.52	97.67	**********
24	0.2790	2.33	100.00	**********

Figure 0.10. Histogramme de valeurs propres obtenu pour l'AFCM ayant les traits de caractère négatifs et les figures rhétoriques comme variables actives et la période, le registre de langue, le type de titre, les personnages et les thématiques abordées comme variables illustratives, avec les pourcentages correspondant aux 24 axes factoriels.

COORDONNEES, CONTRIBUTIONS ET COSINUS CARRES DES MODALITES ACTIVES - AXES 1 A 5

MODALITES			COORDONNEES					CONTRIBUTIONS					COSINUS CARRES				
IDEN - LIBELLE	P.REL	DISTO	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2 . FRUV																	
AB_1 - FMDS	4.06	11.32	0.19	0.49	-0.98	1.32	0.20	0.2	1.4	5.8	11.2	0.3	0.00	0.02	0.09	0.15	0.00
AB_2 - FCMF	4.49	10.14	-0.39	1.32	1.05	-1.35	-0.09	0.9	11.2	7.3	12.9	0.1	0.01	0.17	0.11	0.18	0.00
AB_3 - FASO	3.85	12.00	0.25	0.68	1.25	1.16	0.88	0.3	2.6	8.9	8.2	4.9	0.01	0.04	0.13	0.11	0.07
AB_4 - FCNO	1.50	32.43	1.36	0.46	1.29	-0.66	0.96	3.8	0.5	3.7	1.0	2.2	0.06	0.01	0.05	0.01	0.03
AB_5 - FIPE	5.77	7.67	-1.68	-0.04	0.17	0.44	-0.16	22.5	0.0	0.2	1.8	0.3	0.37	0.00	0.00	0.03	0.00
AB_6 - FDMM	2.56	18.50	-0.66	-1.44	-0.30	-0.70	0.89	1.5	7.6	0.3	2.0	3.3	0.02	0.11	0.00	0.03	0.04
AB_7 - FDMN	1.71	28.25	1.31	0.24	-0.02	-0.64	-0.14	4.1	0.1	0.0	1.1	0.1	0.06	0.00	0.00	0.01	0.00
AB_8 - FDMP	2.99	15.71	-1.34	0.41	-0.97	-0.53	-0.39	7.4	0.7	4.2	1.3	0.8	0.11	0.01	0.06	0.02	0.01
AB_9 - FDCP	1.71	28.25	1.13	-0.09	0.16	-0.17	-1.97	3.0	0.0	0.1	0.1	10.8	0.05	0.00	0.00	0.00	0.14
AB10 - FDNP	2.56	18.50	0.14	-2.05	1.36	0.15	-1.67	0.1	15.5	7.0	0.1	11.7	0.00	0.23	0.10	0.00	0.15
AB11 - FDAU	4.91	9.17	0.31	-0.84	0.36	0.49	0.77	0.7	5.0	0.9	1.8	4.8	0.01	0.08	0.01	0.03	0.07
AB12 - FTPL	8.33	5.00	0.47	-0.38	-0.84	-0.71	0.46	2.6	1.7	8.6	6.6	2.9	0.05	0.03	0.14	0.10	0.04
AB13 - FAUC	5.56	8.00	0.60	0.68	-0.59	0.46	-0.93	2.8	3.7	2.9	1.9	7.8	0.05	0.06	0.04	0.03	0.11
			CONTRIBUTION CUMULEE =					50.0	50.0	50.0	50.0	50.0					
3 . TCNE																	
AC_1 - TNSC	4.06	11.32	-1.33	0.35	0.65	-0.41	0.21	10.0	0.7	2.6	1.1	0.3	0.16	0.01	0.04	0.02	0.00
AC_2 - TNSM	7.48	5.69	0.41	-0.01	-0.85	0.04	-0.36	1.8	0.0	8.0	0.0	1.6	0.03	0.00	0.13	0.00	0.02
AC_3 - TNSS	2.99	15.71	-2.07	0.05	-0.82	-0.29	-0.19	17.9	0.0	3.0	0.4	0.2	0.27	0.00	0.04	0.01	0.00
AC_4 - TNSE	2.99	15.71	-0.63	1.02	0.11	2.23	0.38	1.7	4.4	0.1	23.5	0.7	0.03	0.07	0.00	0.32	0.01
AC_5 - TNSL	1.28	38.00	-0.23	-2.74	1.48	0.23	-2.86	0.1	13.8	4.1	0.1	17.1	0.00	0.20	0.06	0.00	0.22
AC_6 - TNSO	2.35	20.27	-0.15	-0.71	0.75	-0.66	1.18	0.1	1.7	2.0	1.6	5.3	0.00	0.03	0.03	0.02	0.07
AC_7 - TNSA	2.14	22.40	0.89	1.19	1.88	-1.28	0.71	2.3	4.3	11.1	5.6	1.8	0.04	0.06	0.16	0.07	0.02
AC_8 - TNSP	2.78	17.00	0.22	0.04	-1.57	-0.20	-0.33	0.2	0.0	10.1	0.2	0.5	0.00	0.00	0.15	0.00	0.01
AC_9 - TNDM	1.92	25.00	-1.05	1.48	0.15	-1.46	-1.19	3.0	6.0	0.1	6.4	4.4	0.04	0.09	0.00	0.08	0.06
AC10 - TNCC	1.92	25.00	-0.19	-1.47	-1.01	-0.33	2.37	0.1	6.0	2.9	0.3	17.6	0.00	0.09	0.04	0.00	0.22
AC11 - TNCE	1.28	38.00	-0.88	-1.32	1.74	1.99	0.32	1.4	3.2	5.8	8.0	0.2	0.02	0.05	0.08	0.10	0.00
AC12 - TNCT	6.41	6.80	0.40	-0.86	0.06	-0.37	0.03	1.4	6.7	0.0	1.3	0.0	0.02	0.11	0.00	0.02	0.00
AC13 - TNAU	12.39	3.03	0.77	0.41	0.12	0.27	-0.11	10.1	3.0	0.3	1.4	0.2	0.19	0.06	0.01	0.02	0.00
			CONTRIBUTION CUMULEE =					50.0	50.0	50.0	50.0	50.0					

Tableau 0.22. Coordonnées, contributions et cosinus carrés des modalités actives dans les cinq premiers axes factoriels.

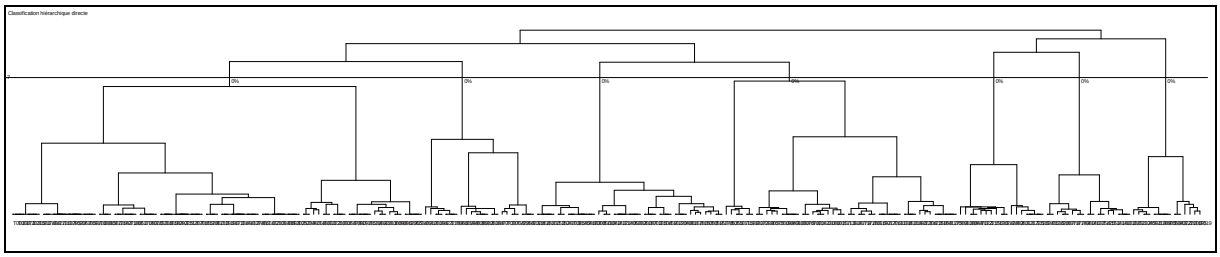


Figure 0.11. Dendrogramme obtenu à partir de l'ACHA, ayant les figures rhétoriques et les traits de caractère comme variables actives et la période, le registre de langue, le type de titre, les personnages et les thématiques comme variables illustratives. La ligne transversale aux classes indique la coupure en sept classes.

Modalités qui ont présenté des associations : A l'exception des personnages, toutes les variables présentent des associations.

Nombre de classes : 7

Description de classes :

La **classe A**, qui est composée de 81 titres, est formée par sept modalités. Trois d'entre elles appartiennent à la variable sur les figures rhétoriques : absence de figures rhétoriques, combinaison triple ou plus de figures rhétoriques, présence de figures de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées ; trois autres à la variable sur les traits de caractère : les traits de caractère négatifs qui renvoient à la morale du personnage, ceux qui combinent la malhonnêteté avec le manque de sincérité, et l'absence de traits négatifs. Une dernière modalité se réfère à l'une des thématiques abordées, celle qui porte sur la corruption.

La **classe B**, qui est composée de 22 titres, comprend quatre modalités : la combinaison double de figures de mots et/ou de double sens et figures de construction ; la combinaison double de figures de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées et figures de pensée ; le trait de caractère négatif qui porte sur le manque d'autorité ; et la période de 1995.

La **classe C**, qui comprend 37 titres, est constituée par les modalités suivantes : la présence de figures de mots et/ou de double sens ; la présence de métaphores créatives ; le trait de caractère négatif qui renvoie à la « stabilité émotionnelle et capacité de décision » ; et les titres des échos.

La **classe D**, qui est constituée par 46 titres, comprend six modalités : la présence de figures de pensée ; la combinaison double de figures de mots et/ou de double sens et de figures de pensée ; les traits négatifs relatifs au manque de « Popularité » ; de « Sincérité » ; la combinaison des traits renvoyant au manque de « Sincérité » ainsi que de « Stabilité émotionnelle et capacité de décision » seuls ou avec un autre trait négatif ; et enfin, le registre courant.

Pour les trois classes restantes conformées à partir de l'ACHA, l'extrêmement faible fréquence d'association entre les modalités (2 fois) qui les constituent nous mène à ne pas considérer ces associations comme d'importance.

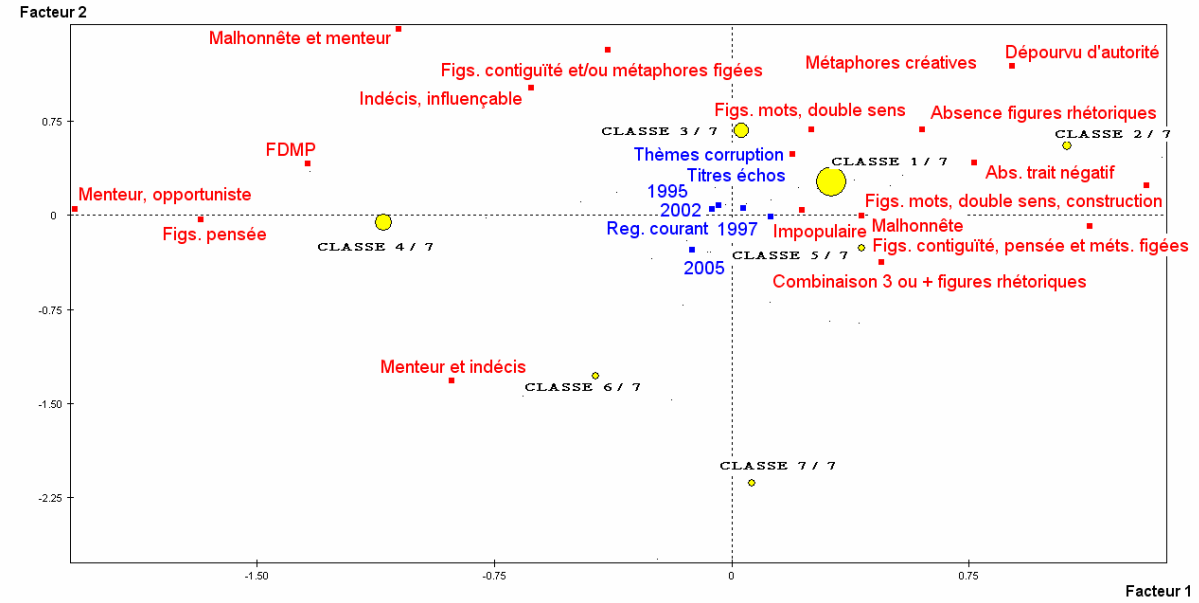


Figure 0.12. Ce graphique montre les sept classes constituées à partir de l'ACHA, avec toutes les modalités actives (en rouge) et illustratives (en bleu) qui correspondent au croisement entre les dimensions « figures rhétoriques » et « traits de caractère négatifs ». Ces classes sont projetées dans les deux premiers axes factoriels. Seulement les modalités qui ont atteint des valeurs statistiquement significatives sont présentes dans le plan.

Analyse des associations entre toutes les dimensions et ses catégories

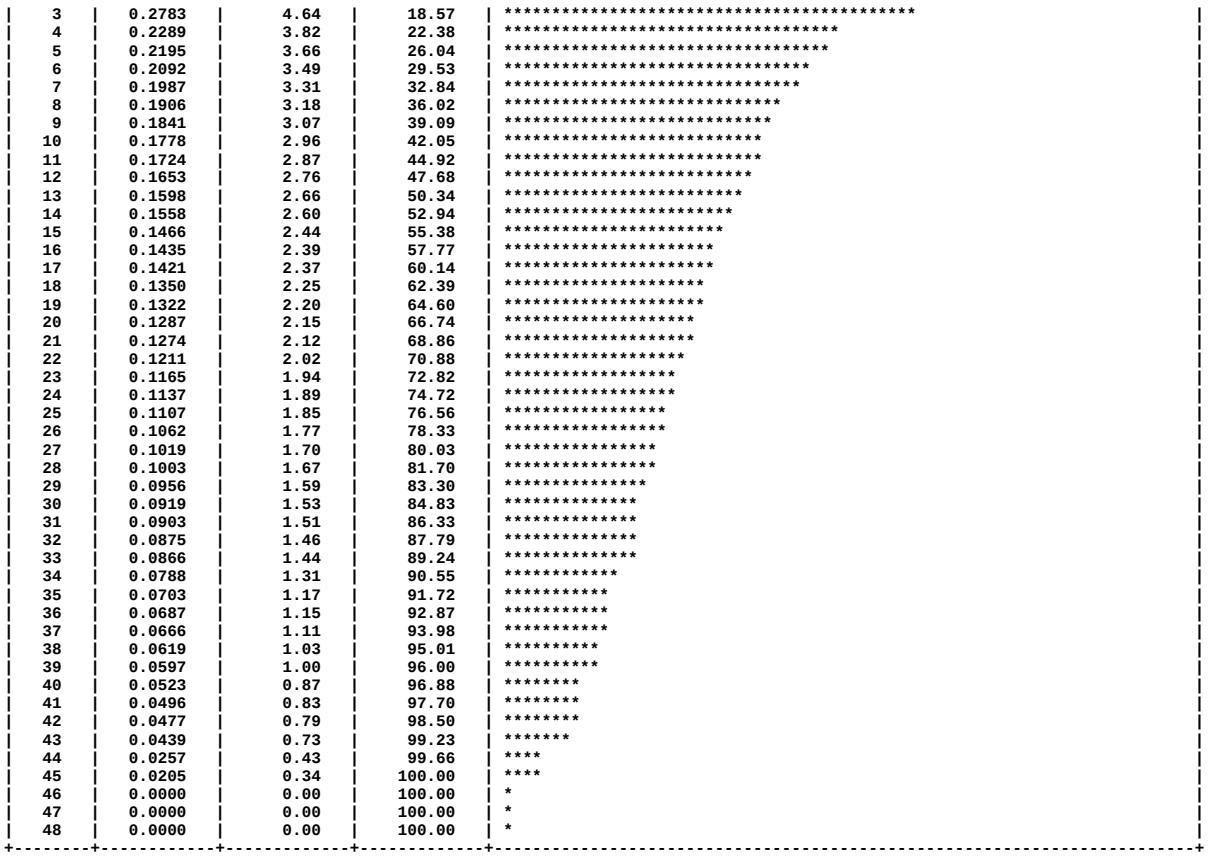
TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
AFCM ACHA	Nominale active	Figures rhétoriques	1	13
	Continue	Nombre de figures rhétoriques par titre	1	
	Nominale active	Références culturelles	4	16
	Nominale active	Traits de caractère négatifs	1	13
	Nominale active	Personnages dont il est question dans les titres	1	9
	Nominale active	Rapports entre les personnages	1	3
	Nominale active	Thématiques abordées	1	9
	Nominale illustrative	Période d'analyse	1	4
	Nominale illustrative	Type de titre	1	6
	Nominale illustrative	Registre de langue	1	3
	Nominale illustrative	Traits de caractère positifs	1	4

Tableau 0.23. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

Echantillon : la totalité des titres.

Axes retenus à partir de l'histogramme : Après l'AFCM, nous avons appliqué une ACHA, avec les trois premiers axes factoriels, ceux qui montrent la saute la plus marquée dans l'histogramme.

```
HISTOGRAMME DES 48 PREMIERES VALEURS PROPRES
+--------+-----------+------------+-------------+-------------------------------------------------------------------------+
| NUMERO |   VALEUR  | POURCENTAGE | POURCENTAGE |                                                                         |
|        |   PROPRE  |             |    CUMULE   |                                                                         |
+--------+-----------+------------+-------------+-------------------------------------------------------------------------+
|    1   |   0.5281  |      8.80   |      8.80   | ************************************************************************ |
|    2   |   0.3078  |      5.13   |     13.93   | *****************************************                                |
```



3	0.2783	4.64	18.57	**
4	0.2289	3.82	22.38	**********************************
5	0.2195	3.66	26.04	*********************************
6	0.2092	3.49	29.53	*******************************
7	0.1987	3.31	32.84	*****************************
8	0.1906	3.18	36.02	****************************
9	0.1841	3.07	39.09	***************************
10	0.1778	2.96	42.05	**************************
11	0.1724	2.87	44.92	**************************
12	0.1653	2.76	47.68	*************************
13	0.1598	2.66	50.34	************************
14	0.1558	2.60	52.94	************************
15	0.1466	2.44	55.38	**********************
16	0.1435	2.39	57.77	**********************
17	0.1421	2.37	60.14	**********************
18	0.1350	2.25	62.39	********************
19	0.1322	2.20	64.60	********************
20	0.1287	2.15	66.74	********************
21	0.1274	2.12	68.86	********************
22	0.1211	2.02	70.88	******************
23	0.1165	1.94	72.82	******************
24	0.1137	1.89	74.72	******************
25	0.1107	1.85	76.56	*****************
26	0.1062	1.77	78.33	*****************
27	0.1019	1.70	80.03	*****************
28	0.1003	1.67	81.70	*****************
29	0.0956	1.59	83.30	***************
30	0.0919	1.53	84.83	**************
31	0.0903	1.51	86.33	**************
32	0.0875	1.46	87.79	**************
33	0.0866	1.44	89.24	**************
34	0.0788	1.31	90.55	************
35	0.0703	1.17	91.72	***********
36	0.0687	1.15	92.87	***********
37	0.0666	1.11	93.98	***********
38	0.0619	1.03	95.01	**********
39	0.0597	1.00	96.00	**********
40	0.0523	0.87	96.88	********
41	0.0496	0.83	97.70	********
42	0.0477	0.79	98.50	********
43	0.0439	0.73	99.23	*******
44	0.0257	0.43	99.66	****
45	0.0205	0.34	100.00	****
46	0.0000	0.00	100.00	*
47	0.0000	0.00	100.00	*
48	0.0000	0.00	100.00	*

Figure 0.13. Histogramme obtenu à partir de l'ACHA, ayant les figures rhétoriques, les références culturelles, les traits de caractère négatifs et les personnages comme variables actives et les dimensions de caractérisation, le registre de langue et les traits de caractère positif comme variables illustratives.

COORDONNEES, CONTRIBUTIONS ET COSINUS CARRES DES MODALITES ACTIVES - AXES 1 A 5

MODALITES			COORDONNEES					CONTRIBUTIONS					COSINUS CARRES				
IDEN - LIBELLE	P.REL	DISTO	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5 . THEM																	
AE_1 - THIO	2.62	3.78	0.10	-0.06	-0.52	-0.47	0.27	0.0	0.0	2.5	2.5	0.9	0.00	0.00	0.07	0.06	0.02
AE_2 - THIP	2.99	3.18	-0.05	-0.07	-0.52	0.27	-0.46	0.0	0.1	2.9	0.9	2.9	0.00	0.00	0.09	0.02	0.07
AE_3 - THIC	1.66	6.55	0.16	-0.33	1.99	0.10	-0.63	0.1	0.6	23.5	0.1	3.0	0.00	0.02	0.60	0.00	0.06
AE_4 - THIG	1.23	9.17	0.17	1.14	-0.18	-0.04	-0.20	0.1	5.1	0.1	0.0	0.2	0.00	0.14	0.00	0.00	0.00
AE_5 - THIA	0.37	32.43	0.56	0.24	-0.18	-0.03	0.28	0.2	0.1	0.0	0.0	0.1	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
AE_6 - THIU	0.53	22.40	-0.13	-0.03	-0.67	-1.58	-0.83	0.0	0.0	0.9	5.8	1.7	0.00	0.00	0.02	0.11	0.03
AE_7 - THEM	0.96	12.00	-0.69	0.00	-0.59	0.20	0.85	0.9	0.0	1.2	0.2	3.2	0.04	0.00	0.03	0.00	0.06
AE_8 - THED	0.96	12.00	-0.03	-0.28	0.17	0.28	0.74	0.0	0.2	0.1	0.3	2.4	0.00	0.01	0.00	0.01	0.05
AE_9 - THEX	1.18	9.64	-0.03	-0.25	0.57	0.61	0.68	0.0	0.2	1.4	1.9	2.5	0.00	0.01	0.03	0.04	0.05
			CONTRIBUTION CUMULEE =					1.3	6.3	32.7	11.8	16.9					
6 . FRUV																	
AF_1 - FMDS	1.01	11.32	-0.08	0.07	0.13	0.25	-0.02	0.0	0.0	0.1	0.3	0.0	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00
AF_2 - FCMF	1.12	10.14	-0.44	-0.12	0.00	-0.50	-0.40	0.4	0.1	0.0	1.2	0.8	0.02	0.00	0.00	0.03	0.02
AF_3 - FASO	0.96	12.00	0.07	1.44	-0.69	0.71	-0.56	0.0	6.5	1.7	2.1	1.4	0.00	0.17	0.04	0.04	0.03
AF_4 - FCNO	0.37	32.43	-0.53	0.16	-0.55	-0.60	-0.07	0.2	0.0	0.4	0.6	0.0	0.01	0.00	0.01	0.01	0.00
AF_5 - FIPE	1.44	7.67	0.16	-0.26	-0.34	-0.34	0.44	0.1	0.3	0.6	0.7	1.3	0.00	0.01	0.02	0.02	0.02
AF_6 - FDMM	0.64	18.50	-0.89	-0.39	0.04	0.36	0.73	1.0	0.3	0.0	0.4	1.5	0.04	0.01	0.00	0.01	0.03
AF_7 - FDMN	0.43	28.25	0.01	0.23	0.13	-0.77	0.62	0.0	0.1	0.0	1.1	0.8	0.00	0.00	0.00	0.02	0.01
AF_8 - FDMP	0.75	15.71	1.05	-2.01	-0.57	0.80	-0.90	1.6	9.8	0.9	2.1	2.7	0.07	0.26	0.02	0.04	0.05
AF_9 - FDCP	0.43	28.25	0.07	0.54	0.53	-0.29	0.95	0.0	0.4	0.4	0.2	1.8	0.00	0.01	0.01	0.00	0.03
AF10 - FDNP	0.64	18.50	-0.26	0.14	-0.35	-0.96	0.33	0.1	0.0	0.3	2.6	0.3	0.00	0.00	0.01	0.05	0.01
AF11 - FDAU	1.23	9.17	0.26	0.23	-0.09	-0.28	-0.91	0.2	0.2	0.0	0.4	4.6	0.01	0.01	0.00	0.01	0.09
AF12 - FTPL	2.08	5.00	0.29	-0.01	0.33	0.66	0.72	0.3	0.0	0.8	4.0	4.9	0.02	0.00	0.02	0.09	0.10
AF13 - FAUC	1.39	8.00	-0.40	0.05	0.72	-0.32	-0.47	0.4	0.0	2.6	0.6	1.4	0.02	0.00	0.06	0.01	0.03
			CONTRIBUTION CUMULEE =					4.2	17.8	7.8	16.2	21.5					
8 . TCNE																	
AG_1 - TNSC	1.01	11.32	0.08	-0.03	-0.87	-0.34	-0.41	0.0	0.0	2.8	0.5	0.8	0.00	0.00	0.07	0.01	0.02
AG_2 - TNSM	1.87	5.69	0.13	-0.11	1.72	0.45	-0.40	0.1	0.1	19.9	1.6	1.4	0.00	0.00	0.52	0.04	0.03
AG_3 - TNSS	0.75	15.71	0.08	-1.03	-0.43	0.17	0.45	0.0	2.6	0.5	0.1	0.7	0.00	0.07	0.01	0.00	0.01
AG_4 - TNSE	0.75	15.71	0.02	0.36	-0.62	0.83	-0.60	0.0	0.3	1.0	2.2	1.2	0.00	0.01	0.02	0.04	0.02
AG_5 - TNSL	0.32	38.00	-0.52	0.12	-0.30	-0.77	1.15	0.2	0.0	0.1	0.8	1.9	0.01	0.00	0.00	0.02	0.03
AG_6 - TNSO	0.59	20.27	0.53	-0.50	-0.80	-0.38	-0.50	0.3	0.5	1.4	0.4	0.7	0.01	0.01	0.03	0.01	0.01
AG_7 - TNSA	0.53	22.40	-0.52	0.48	-0.79	-0.45	0.77	0.3	0.4	1.2	0.5	1.4	0.01	0.01	0.03	0.01	0.03
AG_8 - TNSP	0.69	17.00	0.17	-0.45	-0.49	0.47	0.79	0.0	0.5	0.6	0.7	2.0	0.00	0.01	0.01	0.01	0.04
AG_9 - TNDM	0.48	25.00	0.01	-0.52	1.68	-0.17	-0.26	0.0	0.4	4.9	0.1	0.1	0.00	0.01	0.11	0.00	0.00
AG10 - TNCC	0.48	25.00	0.25	-1.00	-0.31	0.97	1.00	0.1	1.5	0.2	2.0	2.2	0.00	0.04	0.00	0.04	0.04
AG11 - TNCE	0.32	38.00	-0.41	1.15	-0.55	0.73	-1.10	0.1	1.4	0.3	0.8	1.8	0.00	0.03	0.01	0.01	0.03
AG12 - TNCT	1.60	6.80	-0.07	0.27	-0.12	-0.04	0.82	0.0	0.4	0.1	0.0	5.0	0.00	0.01	0.00	0.00	0.10
AG13 - TNAU	3.10	3.03	-0.08	0.32	-0.16	-0.46	-0.35	0.0	1.0	0.3	2.9	1.7	0.00	0.03	0.01	0.07	0.04
			CONTRIBUTION CUMULEE =					1.1	9.1	33.2	12.5	20.9					
10 . RAPP																	
AI_1 - RAPC	3.26	2.84	0.10	0.06	1.06	-0.01	0.01	0.1	0.0	13.2	0.0	0.0	0.00	0.00	0.40	0.00	0.00
AI_2 - RAPA	2.94	3.25	-0.23	-0.12	-0.40	0.24	0.73	0.3	0.1	1.7	0.7	7.1	0.02	0.00	0.05	0.02	0.16
AI_3 - RAP-	6.30	0.98	0.05	0.02	-0.36	-0.10	-0.34	0.0	0.0	3.0	0.3	3.4	0.00	0.00	0.13	0.01	0.12
			CONTRIBUTION CUMULEE =					0.4	0.2	17.9	1.0	10.5					
11 . RCTH																	
AJ_1 - RCAP	0.69	17.00	1.39	0.59	-0.48	-0.38	-1.37	2.5	0.8	0.6	0.4	6.0	0.11	0.02	0.01	0.01	0.11
AJ_2 - RCGH	0.85	13.62	1.40	-1.22	0.17	-0.08	-1.00	3.2	4.2	0.1	0.0	3.9	0.14	0.11	0.00	0.00	0.07
AJ_3 - RCJS	0.43	28.25	1.30	3.08	-0.36	2.62	-0.48	1.4	13.2	0.2	12.8	0.4	0.06	0.34	0.00	0.24	0.01
AJ_4 - RCME	0.48	25.00	1.50	-1.74	0.18	1.76	0.51	2.1	4.8	0.1	6.5	0.6	0.09	0.12	0.00	0.12	0.01
AJ_5 - RCLA	1.34	8.36	1.32	0.22	0.30	-1.09	1.07	4.4	0.2	0.4	6.9	6.9	0.21	0.01	0.01	0.14	0.14
AJ_6 - RCST	0.53	22.40	1.29	0.35	-0.42	-0.71	1.14	1.7	0.2	0.3	1.2	3.2	0.07	0.01	0.01	0.02	0.06
AJ_7 - RCAU	8.17	0.53	-0.72	-0.04	0.01	0.03	-0.03	8.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.98	0.00	0.00	0.00	0.00
			CONTRIBUTION CUMULEE =					23.3	23.4	1.7	27.9	21.0					
12 . RCCO																	
AK_1 - RCNA	2.72	3.59	1.40	-0.62	-0.10	-0.01	0.18	10.1	3.4	0.1	0.0	0.4	0.54	0.11	0.00	0.00	0.01
AK_2 - RCEU	0.48	25.00	1.32	0.86	0.84	-1.96	0.31	1.6	1.2	1.2	8.0	0.2	0.07	0.03	0.03	0.15	0.00
AK_3 - RCNE	0.48	25.00	1.28	-0.44	0.12	-0.98	-0.35	1.5	0.3	0.0	2.0	0.3	0.07	0.01	0.00	0.04	0.01
AK_4 - RCUN	0.64	18.50	1.30	2.81	-0.43	1.93	-0.32	2.0	16.5	0.4	10.5	0.3	0.09	0.43	0.01	0.20	0.01
AK_5 - RCCA	8.17	0.53	-0.72	-0.04	0.01	0.03	-0.03	8.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.98	0.00	0.00	0.00	0.00
			CONTRIBUTION CUMULEE =					23.2	21.3	1.8	20.6	1.2					
13 . RCFO																	
AL_1 - RCDI	2.40	4.20	1.30	0.92	0.27	-0.69	0.01	7.7	6.5	0.6	5.0	0.0	0.41	0.20	0.02	0.11	0.00
AL_2 - RCIN	1.92	5.50	1.43	-0.97	-0.38	0.76	0.12	7.5	5.9	1.0	4.8	0.1	0.37	0.17	0.03	0.10	0.00
AL_3 - RCFA	8.17	0.53	-0.72	-0.04	0.01	0.03	-0.03	8.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.98	0.00	0.00	0.00	0.00
			CONTRIBUTION CUMULEE =					23.3	12.5	1.7	9.8	0.2					
14 . RCSM																	
AM_1 - RCSP	3.26	2.84	1.32	0.54	0.24	0.00	0.42	10.7	3.1	0.7	0.0	2.6	0.61	0.10	0.02	0.00	0.06
AM_2 - RCSC	1.07	10.70	1.50	-1.34	-0.82	-0.20	-1.03	4.6	6.3	2.6	0.2	5.2	0.21	0.17	0.06	0.00	0.10
AM_3 - RCSA	8.17	0.53	-0.72	-0.04	0.01	0.03	-0.03	8.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.98	0.00	0.00	0.00	0.00
			CONTRIBUTION CUMULEE =					23.3	9.4	3.3	0.2	7.8					

Tableau 0.24. Coordonnées, contributions et cosinus carrés des modalités actives dans les cinq premiers axes factoriels.

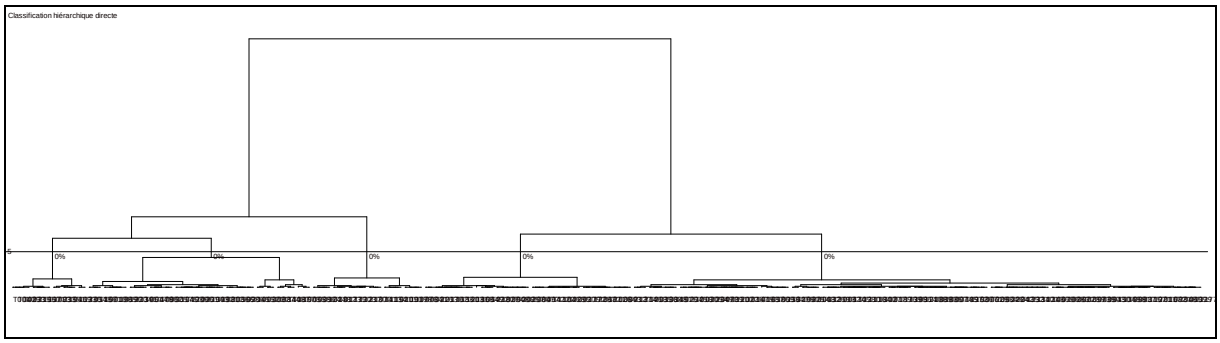


Figure 0.14. Dendrogramme obtenu à partir de l'ACHA, ayant les figures rhétoriques, les références culturelles,

les traits de caractère négatifs et les personnages comme variables actives et les dimensions de caractérisation, le registre de langue et les traits de caractère positifs comme variables illustratives. La ligne transversale aux classes indique la coupure en cinq classes.

Modalités qui ont présenté des associations : Il faut dire qu'en considérant l'ensemble de classes, toutes les variables sont représentées avec au moins une modalité, à l'exception des registres de langue.

Nombre de classes : 5

Description de classes :

La **classe A** est composée de 15 titres et elle est caractérisée par huit modalités : la thématique qui aborde des affaires de corruption ou de malhonnêteté qui pourraient impliquer le Président ; le trait de personnalité lié à l'immoralité ; les références culturelles mobilisant un savoir populaire ; celles de couverture nationale ; celles qui sont directes ; les références liées à l'histoire, la géographie et la politique, ainsi que celles portant sur les médias et des personnages médiatiques ; et, enfin, le rapport de collaboration entre les personnages.

La **classe B** est conformée par 44 titres, caractérisés notamment par des modalités liées à des références culturelles, d'étendu universel, européen ou national; sous leurs formes directes ; mobilisant un savoir populaire ; et portant sur des thèmes divers : des proverbes et des expressions langagières, des jeux et des sports, des symboles et traditions ; et d'art, de philosophie et des disciplines voisines. En plus, on trouve les titres des articles qui se placent à la Une ou à la Fausse Une du journal ainsi que la modalité qui réfère à « d'autres traits de caractère positifs ».

La **classe C**, qui comprend 22 titres, rejoint les références culturelles nationales et indirectes ; celles qui mobilisent un savoir populaire ; qui réfèrent à l'histoire, la géographie et la politique, ainsi qu'aux médias ; la combinaison double de figures de mots et/ou de double sens et figures de pensée ; le trait de caractère « menteur, hypocrite et opportuniste » et la période de 2005.

La **classe D**, constituée par 41 titres, comprend la plus grande diversité de modalités : l'absence de références culturelles et de figures rhétoriques ; le trait de caractère qui réfère à la malhonnêteté ainsi que celui qui combine le côté immoral avec le manque de sincérité ; la thématique qui aborde des affaires de corruption qui pourraient impliquer le Président ; les thématiques mixtes ; les titres qui font référence à Chirac et sa famille ; le rapport de collaboration entre les personnages; et enfin, le titre des articles qui apparaissent à l'intérieur du journal.

Dans la **classe E**, la plus nombreuse avec 112 titres, nous trouvons l'absence de références culturelles ; le trait de caractère positif qui qualifie le personnage de « déterminé, fort de conviction et confiant en soi » ; les thématiques militaires et celles de participation citoyenne ; et le rapport d'antagonisme.

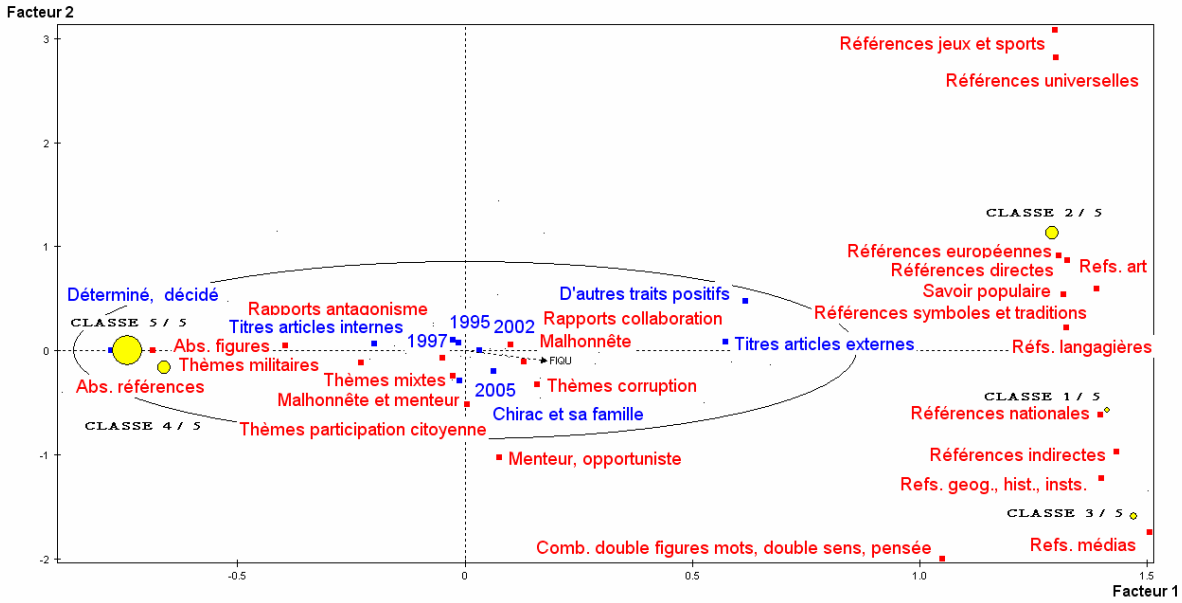


Figure 0.15. Ce graphique correspond aux deux premiers axes factoriels de l'Analyse de Classification Hiérarchique Ascendante, effectuées avec l'ensemble des modalités actives et illustratives. On peut apprécier les cinq classes conformées.

Associée au chapitre 8 : Analyse des images du *Canard enchaîné*

Distribution des images selon la période et l'auteur pour différentes dimensions de contenu et de forme

Dans cette section, nous présentons les tableaux de contingence des variables qui ont présenté des dépendances, à partir du test de χ^2. Les cases grises foncées où les chiffres sont suivis d'un * indiquent les cas surreprésentés à partir du calcul de l'écart résiduel standardisé. Les cases grises claires, où les chiffres sont soulignés, le cas de sous-représentation.

Les personnages

	1995	1997	2002	2005	TOTAL
Chirac	33	15	28	18	94
Premier Ministre	**8**	**17****	19	18	62
Partisans	8	**0**	9	1	18
Adversaires	5	1	8	7	21
Gouvernants étrangers	5	1	2	2	10
Famille	9	4	7	**12****	32
Citoyens/ journalistes	5	4	10	4	23
Comb. Acteurs non pols. ou acteurs pols. et non pols.	5	6	12	8	31
D'autres personnes	4	1	5	1	11
Conseillers	3	6	5	8	22
Comb. Acteurs pols.	8	**10****	5	5	28
Absent	18	7	23	**5**	53
TOTAL	111	72	133	89	**405**

Tableau 0.1. Fréquence d'apparition de différents personnages représentés dans les images, selon les périodes. Les cases grises foncées où les chiffres sont suivis d'un * indiquent les cas surreprésentés à partir du calcul de l'écart résiduel standardisé. Les cases grises claires, où les chiffres sont soulignés, le cas de sous-représentation (ce critère est maintenu pour les cas qui le suivent).

	Potus et al.	Cabu	Cardon	Pancho et al.	Escaro	Kerleroux	Lefred-Thouron	Pétillon	TOTAL

Chirac	7	**7**	7	11	**20****	**27****	**4**	**11**	94
Premier Ministre	1	11	2	**17****	8	**0**	5	**18****	62
Partisans	0	**8****	0	0	2	0	3	5	18
Adversaires	1	6	1	2	5	1	3	2	21
Gouvernants étrangers	1	3	2	0	0	1	2	1	10
Famille	0	**13****	0	1	**0**	1	**12****	5	32
Citoyens/ journalistes	**4****	4	1	2	4	0	3	5	23
Comb. Acteurs non pols. ou acteurs pols. et non pols.	0	**21****	1	0	2	0	3	4	31
D'autres personnes	1	2	0	0	**4****	0	2	2	11
Conseillers	**6****	**5**	**10****	4	10	2	9	7	53
Comb. Acteurs pols.	0	**0**	2	0	2	2	4	**12****	22
Absent	1	**19****	0	1	1	0	2	4	28
TOTAL	22	99	26	38	58	34	52	76	**405**

Tableau 0.2. Fréquence d'apparition de différents personnages représentés dans les images, selon les auteurs.

Les thématiques abordées

	1995	**1997**	**2002**	**2005**	**TOTAL**
Com. Politique	18	10	14	**21****	63
Suffrage	**2**	**31****	**57****	35	125
Corruption	5	0	7	1	13
Actions gouv.	19	15	24	**3**	61
Autres	10	1	9	2	22
Actions militaires	**26****	**0**	**0**	**0**	26
Actions diplomatiques	7	5	**2**	4	18
Mixtes	24	10	20	23	77
TOTAL	111	72	133	89	**405**

Tableau 0.3. Fréquence d'apparition de différentes thématiques abordées dans les images, selon les périodes.

Les rapports des personnages

	Potus et al.	**Cabu**	**Cardon**	**Pancho et al.**	**Escaro**	**Kerleroux**	**Lefred-Thouron**	**Pétillon**	**TOTAL**
R. collaboration	6	**40****	4	12	**9**	**5**	21	**32****	129
R. antagonisme	1	19	3	9	11	**0**	9	7	59
R. neutre	2	**28****	2	**2**	8	**0**	9	19	70
Non répertoriable	7	**7**	7	11	**20****	**27****	**4**	**11**	94
Absent	**6****	**5**	**10****	4	10	2	9	7	53
TOTAL	22	99	26	38	58	34	52	76	**405**

Tableau 0.4. Fréquence d'apparition de rapports des personnages relevés dans les images, selon les auteurs.

Les traits de caractère négatifs du personnage

	1995	**1997**	**2002**	**2005**	**TOTAL**
Inefficace	11	**17****	**8**	19	55
Peu lucide/ incapable	5	**12****	5	7	29
Ambitieux	**7****	2	5	2	16

Malhonnête	12	6	**25****	**3**	46
Menteur/ opportuniste	**5**	13	**28****	18	64
Instable/ irrationnel	19	9	15	19	62
Indécis / influençable	**2**	**11****	8	10	31
Déloyal	6	5	11	3	25
Frivole	7	3	11	5	26
Méprisant	2	1	9	7	19
Non convaincant / spectacle pol.	7	8	7	11	33
Dépourvu d'autorité	8	5	7	3	23
Impopulaire	14	5	10	**22****	51
TOTAL	105	97	149	129	**480**

Tableau 0.5. Fréquence d'apparition de traits négatifs attribués au personnage dans les images, selon les périodes.

L'étude de la variation des traits de caractère en fonction des périodes considérées fait l'objet d'une analyse statistique approfondie dans le chapitre 12. C'est la raison pour laquelle nous avons décidé de présenter les résultats du calcul de l'écart résiduel standardisé dans cette section et non dans le corps de la thèse.

Les images de la période de 1995 se caractérisent par une sur-représentation des attributs d'ambitieux et vaniteux donnés à Jacques Chirac. Ceci obéit à deux raisons principales : d'une part, il vient d'être élu et d'après certains dessinateurs, se montre ambitieux du pouvoir, et d'autre part, il se vante d'avoir eu un grand succès dans une visite qu'il a faite en Afrique. Les traits caractéristiques de 1997 sont l'inefficacité, le manque de lucidité et le côté influençable. Ils sont tous liés à la dissolution de l'Assemblé : il est perdant car il n'a pas gagné son pari d'avoir une majorité plus forte à l'Assemblé ; la décision de dissoudre est jugé par le CE comme peu lucide ; et d'après ce journal, il s'est laissé influencer dans la prise de cette décision. Dans la période de 2002, on trouve les traits « menteur, hypocrite et opportuniste » et « malhonnête » comme distinctives, et la période de 2005, enfin, se détache par l'impopularité attribuée au personnage. Ces trois derniers traits ont été sur-représentés aussi dans les titres analysés. Quant aux cas de sous-représentation, on trouve les traits « menteur, hypocrite et opportuniste » et « indécis et influençable » en 1995 ; « inefficace » en 2002 ; et « malhonnête » en 2005.

	Potus et al.	**Cabu**	**Cardon**	**Pancho et al.**	**Escaro**	**Kerleroux**	**Lefred-Thouron**	**Pétillon**	**TOTAL**
Inefficace	2	12	7	4	9	3	5	13	55
Peu lucide/ incapable	1	**2**	0	3	2	3	5	**13****	29
Ambitieux	2	2	1	0	4	**5****	1	1	16
Malhonnête	**6****	15	**0**	2	7	4	7	5	46
Menteur/ opportuniste	3	18	4	8	11	2	5	13	64

Instable/ irrationnel	4	11	3	9	6	7	7	15	62
Indécis / influençable	0	10	1	6	4	2	1	7	31
Déloyal	1	6	**7****	4	0	0	2	5	25
Frivole	3	6	4	4	**0**	1	2	6	26
Méprisant	0	6	2	2	2	0	**6****	1	19
Non convaincant / spectacle pol.	1	**14****	2	4	7	2	1	**2**	33
Dépourvu d'autorité	1	6	1	2	6	3	0	4	23
Impopulaire	3	9	5	5	4	3	**10****	12	51
TOTAL	27	117	37	53	62	35	52	97	**480**

Tableau 0.6. Fréquence d'apparition de traits négatifs attribués au personnage dans les images, selon les auteurs.

Les traits de caractère positifs du personnage

	Potus et al.	Cabu	Cardon	Pancho et al.	Escaro	Kerleroux	Lefred-Thouron	Pétillon	TOTAL
Efficace	1	3	0	1	2	2	1	1	11
Habile/capable	2	3	0	0	1	2	1	2	11
Modeste	0	2	0	0	0	0	1	1	4
Décidé	1	2	0	2	0	**6****	1	1	13
Sympathique/ Compatissant	1	1	**3****	0	0	0	0	**7****	12
Pourvu d'autorité	1	20	2	10	3	**1**	6	9	52
Populaire	0	2	1	1	**2****	0	0	2	8
TOTAL	6	33	6	14	8	11	10	23	**111**

Tableau 0.7. Fréquence d'apparition de traits positifs attribués au personnage dans les images, selon les auteurs.

Les actions

	Potus et al.	Cabu	Cardon	Pancho et al.	Escaro	Kerleroux	Lefred-Thouron	Pétillon	TOTAL
Jouer	6	**33****	2	6	9	**11****	**3**	**1**	71
Travailler	7	**34**	10	19	32	20	26	**59****	207
Cons. médias	0	5	0	3	1	0	1	5	15
Se reposer/manger	0	8	3	1	2	1	**10****	**1**	26
Non répertoriable	3	**14****	1	5	4	0	3	3	33
Absent	**6****	**5**	**10****	4	10	2	9	7	53
TOTAL	22	99	26	38	58	34	52	76	**405**

Tableau 0.8. Fréquence d'apparition des actions du personnage dans les images, selon les auteurs.

La posture du corps, les gestes et la proxémique

	Potus et al.	Cabu	Cardon	Pancho et al.	Escaro	Kerleroux	Lefred-Thouron	Pétillon	TOTAL
Actions énergiques	3	9	1	4	3	5	1	2	28

Débout	10	**39**	11	24	**38****	18	**18**	41	199
Assis/allongé	2	**34****	3	**4**	**4**	**2**	**24****	25	98
Non répertoriable	1	**12****	1	2	3	**7****	**0**	**1**	27
Absent	**6****	**5**	**10****	4	10	2	9	7	53
TOTAL	22	99	26	38	58	34	52	76	**405**

Tableau 0.9. Fréquence d'apparition des postures du corps du personnage dans les images, selon les auteurs.

	Potus et al.	**Cabu**	**Cardon**	**Pancho et al.**	**Escaro**	**Kerleroux**	**Lefred-Thouron**	**Pétillon**	**TOTAL**
G. formels	11	**51**	12	25	**45****	22	32	**58****	256
G. informels	5	**43****	4	9	**3**	10	11	**11**	96
Absent	**6****	**5**	**10****	4	10	2	9	7	53
TOTAL	22	99	26	38	58	34	52	76	**405**

Tableau 0.10. Fréquence d'apparition des gestes du personnage dans les images, selon les auteurs.

	Potus et al.	**Cabu**	**Cardon**	**Pancho et al.**	**Escaro**	**Kerleroux**	**Lefred-Thouron**	**Pétillon**	**TOTAL**
En contact	2	**16****	1	3	1	0	**0**	4	27
Absence de contact	**7**	**71****	**8**	20	29	**5**	**38****	**54****	232
Non répertoriable	7	**7**	7	11	18	**27****	**5**	11	93
Absent	**6****	**5**	**10****	4	10	2	9	7	53
TOTAL	22	99	26	38	58	34	52	76	**405**

Tableau 0.11. Fréquence d'apparition de la proxémique des personnages dans les images, selon les auteurs.

Les expressions faciales des émotions

	1995	**1997**	**2002**	**2005**	**TOTAL**
Sérieux	37	25	45	36	143
Souriant	24	11	36	17	88
Surpris	8	1	4	8	21
Fâché	**10****	2	8	1	21
Inquiet/peur	7	6	12	**14****	39
Triste	**0**	**10****	**0**	3	13
Non répertoriable	7	**10****	5	5	27
Absent	18	7	23	**5**	53
	111	72	133	89	**405**

Tableau 0.12. Fréquence d'apparition de différentes expressions faciales des émotions représentées, selon les périodes.

	Potus et al.	**Cabu**	**Cardon**	**Pancho et al.**	**Escaro**	**Kerleroux**	**Lefred-Thouron**	**Pétillon**	**TOTAL**
Sérieux	4	27	**1**	12	**40****	17	18	24	143
Souriant	**11****	27	**0**	**16****	**2**	**15****	**5**	12	88
Surpris	0	**0**	0	0	0	0	**13****	**8****	21
Fâché	0	6	0	0	3	0	1	**11****	21
Inquiet/peur	0	**29****	0	3	2	0	4	**1**	39
Triste	0	**0**	0	2	0	0	0	**11****	13
Non répertoriable	1	5	**15****	1	1	0	2	2	27
Absent	**6****	**5**	**10****	4	10	2	9	7	53
TOTAL	22	99	26	38	58	34	52	76	**405**

Tableau 0.13. Fréquence d'apparition de différentes expressions faciales des émotions représentées, selon les auteurs.

La prise de parole et la position énonciative

	1995	1997	2002	2005	TOTAL
Parler/crier	50	34	62	33	179
Dialoguer	**10**	14	19	**26**	69
Ecouter	18	8	11	11	48
Réfléchir	**0**	5	4	**9**	18
Non répertoriable	15	4	14	5	38
Absent	18	7	23	**5**	53
TOTAL	111	72	133	89	**405**

Tableau 0.14. Fréquence d'apparition des prises de parole du personnage, selon les périodes.

	Potus et al.	Cabu	Cardon	Pancho et al.	Escaro	Kerleroux	Lefred-Thouron	Pétillon	TOTAL
Parler/crier	11	47	7	17	22	**24****	**10**	41	179
Dialoguer	2	**4**	2	6	**19****	3	**20****	13	69
Ecouter	0	16	2	2	3	1	**13****	11	48
Réfléchir	0	5	1	4	1	**4****	0	3	18
Non répertoriable	3	**22****	4	5	3	0	**0**	**1**	38
Absent	**6****	**5**	**10****	4	10	2	9	7	53
TOTAL	22	99	26	38	58	34	52	76	**405**

Tableau 0.15. Fréquence d'apparition des prises de parole du personnage, selon les auteurs.

	Potus et al.	Cabu	Cardon	Pancho et al.	Escaro	Kerleroux	Lefred-Thouron	Pétillon	TOTAL
P. impérative	1	2	0	0	0	0	0	1	4
P. interrogative	0	10	1	4	2	4	3	6	30
P. assertive	9	**16**	**1**	**4**	11	**24****	10	21	96
P. exclamative	4	29	8	**19****	**29****	**3**	17	29	138
Non répertoriable	2	**37****	6	7	**6**	**1**	13	11	83
Absent	6	**5**	**10****	4	10	2	9	8	54
TOTAL	22	99	26	38	58	34	52	76	**405**

Tableau 0.16. Fréquence d'apparition de la position énonciative du personnage, selon les auteurs.

Les vêtements

	Potus et al.	Cabu	Cardon	Pancho et al.	Escaro	Kerleroux	Lefred-Thouron	Pétillon	TOTAL
T. formelles	14	**51**	15	26	42	27	32	**67****	274
T. informelles	0	**16****	0	2	1	1	**11****	2	33
T. fantaisistes	2	**19****	1	4	5	4	**0**	**0**	35
Non répertoriable	0	**8****	0	2	0	0	0	0	10
Absent	**6****	**5**	**10****	4	10	2	9	7	53
TOTAL	22	99	26	38	58	34	52	76	**405**

Tableau 0.17. Fréquence d'apparition des vêtements du personnage, selon les auteurs.

Lé décor

	1995	1997	2002	2005	TOTAL
Salle de travail	17	14	21	**23****	75
Médias/salle conf.	4	0	5	**7****	16

Maison/vac.	12	4	8	8	32
Contexte fictif	2	**7****	2	1	12
Autre contexte	10	6	20	9	45
Air libre	13	8	9	3	33
Absent	53	33	68	38	192
TOTAL	111	72	133	89	**405**

Tableau 0.18. Fréquence d'apparition des décors, selon les périodes.

	Potus et al.	**Cabu**	**Cardon**	**Pancho et al.**	**Escaro**	**Kerleroux**	**Lefred-Thouron**	**Pétillon**	**TOTAL**
Salle de travail	3	**11**	7	4	**3**	**1**	**15****	**31****	75
Médias/salle conf.	0	7	0	1	0	0	4	4	16
Maison/vac.	1	**14****	1	3	**0**	0	**8****	5	32
Contexte fictif	1	**9****	0	1	1	0	0	0	12
Autre contexte	1	**19****	3	3	3	**0**	8	8	45
Air libre	4	5	**5****	4	5	2	5	3	33
Absent	12	**34**	10	22	**46**	**31**	**12**	**25**	192
TOTAL	22	99	26	38	58	34	52	76	**405**

Tableau 0.19. Fréquence d'apparition des décors, selon les auteurs.

Le registre de langue et les figures rhétoriques linguistiques

	Potus et al.	**Cabu**	**Cardon**	**Pancho et al.**	**Escaro**	**Kerleroux**	**Lefred-Thouron**	**Pétillon**	**TOTAL**
R. courant	18	72	**24****	29	**33**	22	36	**72****	306
R. familier	2	18	2	6	**16****	8	11	**3**	66
R. populaire/ vulgaire	1	6	0	2	**9****	4	5	**1**	28
Absent	1	3	0	1	0	0	0	0	5
TOTAL	22	99	26	38	58	34	52	76	**405**

Tableau 0.20. Fréquence d'apparition des registres de langue, selon les auteurs.

	Potus et al.	**Cabu**	**Cardon**	**Pancho et al.**	**Escaro**	**Kerleroux**	**Lefred-Thouron**	**Pétillon**	**TOTAL**
F. de mots	1	6	0	1	**13****	4	1	1	27
F. contigüité	2	5	1	1	2	1	0	2	14
Met. Figée et symbole	1	14	6	2	8	6	4	4	45
Met. Créative	3	**22****	6	8	10	3	3	**4**	59
F. double sens	5	19	7	5	**26****	8	**2**	**3**	75
F. contruction	3	17	2	9	12	8	10	**20****	81
Ironie et variantes	**12****	26	10	8	**9**	10	**21****	**27****	123
D'autres F. de pensée	6	28	8	13	**12**	16	20	28	131
TOTAL	33	137	40	47	92	56	61	89	**555**

Tableau 0.21. Fréquence d'apparition des figures rhétoriques linguistiques, selon les auteurs.

Les types de références culturelles mixtes

	Potus et al.	**Cabu**	**Cardon**	**Pancho et al.**	**Escaro**	**Kerleroux**	**Lefred-Thouron**	**Pétillon**	**TOTAL**
R.C. Icono-plastique	3	**15****	**7****	2	6	2	2	**0**	37

R.C. Linguistique	6	21	3	8	15	11	15	11	90
R.C. Mixte	2	**17****	2	4	**0**	0	**0**	2	27
Absent	11	**46**	14	24	37	21	35	**63****	251
TOTAL	22	99	26	38	58	34	52	76	**405**

Tableau 0.22. Fréquence d'apparition du type des références culturelles, selon les auteurs.

Les thèmes de références culturelles mixtes

	Potus et al.	Cabu	Cardon	Pancho et al.	Escaro	Kerleroux	Lefred-Thouron	Pétillon	TOTAL
R.C. art/phil.	0	6	1	1	0	2	3	1	14
R.C géo./hist.	4	**21****	4	2	9	7	5	8	60
R.C. jeux/sports	1	5	0	**4****	0	0	0	0	10
R.C. médias	2	5	2	3	4	2	2	1	21
R.C. langage	2	1	3	0	5	1	3	2	17
R.C. traditions/ religions	0	7	1	2	3	1	4	**0**	18
R.C. Mixte	2	**8****	1	2	0	0	0	1	14
Absent	11	**46**	14	24	37	21	35	**6****	251
TOTAL	22	99	26	38	58	34	52	76	**405**

Tableau 0.23. Fréquence d'apparition des thèmes des références culturelles, selon les auteurs.

L'échelle de références culturelles mixtes

	1995	**1997**	**2002**	**2005**	TOTAL
R.C. Nationale	**33**	10	24	19	86
R.C. Européenne	6	2	4	5	17
R.C. Non européenne	**6**	1	4	0	11
R.C. Universelle	**1**	9	**15**	4	29
R.C. Mixte	**0**	2	**7**	2	11
Absent	65	48	79	59	251
TOTAL	111	72	133	89	**405**

Tableau 0.24. Fréquence d'apparition de l'échelle des références culturelles, selon les périodes.

	Potus et al.	Cabu	Cardon	Pancho et al.	Escaro	Kerleroux	Lefred-Thouron	Pétillon	TOTAL
R.C. Nationale	7	20	**10****	6	12	9	12	10	86
R.C. Européenne	0	**8****	1	0	1	3	3	1	17
R.C. Non européenne	2	3	1	0	2	1	1	1	11
R.C. Universelle	1	**14****	0	**7****	6	0	1	**0**	29

R.C. Mixte	1	**8****	0	1	0	0	0	1	11
Absent	11	**46**	14	24	37	21	35	**63****	251
TOTAL	22	99	26	38	58	34	52	76	**405**

Tableau 0.25. Fréquence d'apparition de l'échelle des références culturelles, selon les auteurs.

Le mode de références culturelles mixtes

	Potus et al.	Cabu	Cardon	Pancho et al.	Escaro	Kerleroux	Lefred-Thouron	Pétillon	TOTAL
R.C. Directe	7	**39****	3	9	16	9	13	**7**	103
R.C. Indirecte	3	10	**8****	2	5	4	4	4	40
R.C. Mixte	1	4	1	**3****	0	0	0	2	11
Absent	11	**46**	14	24	37	21	35	**63****	251
TOTAL	22	99	26	38	58	34	52	76	**405**

Tableau 0.26. Fréquence d'apparition du mode des références culturelles, selon les auteurs.

Le type de savoir de références culturelles mixtes

	Potus et al.	Cabu	Cardon	Pancho et al.	Escaro	Kerleroux	Lefred-Thouron	Pétillon	TOTAL
R.C. Savoir populaire	6	**30****	8	6	14	4	11	**5**	84
R.C. Savoir cultivé /spécialisé	4	16	3	6	7	**9****	6	6	57
R.C. Mixte	1	**7****	1	2	0	0	0	2	13
Absent	11	**46**	14	24	37	21	35	**63****	251
TOTAL	22	99	26	38	58	34	52	76	**405**

Tableau 0.27. Fréquence d'apparition du type de savoir des références culturelles, selon les auteurs.

Analyse des associations des catégories à l'intérieur des dimensions d'analyse

Pour tous les traitements statistiques à venir, nous présentons : un tableau avec les variables qui sont intervenues dans l'analyse, d'information sur l'échantillon, les axes retenus, l'histogramme, le nombre de groupes ou classes, les modalités qui ont présenté des associations, le dendrogramme (pour les ACHA), la description des groupes ou classes d'individus, et le graphique du premier plan factoriel (sauf dans les cas où ce graphique est présenté dans le corps de la thèse). Il faut signaler que dans les analyses où nous avons retenu plus de deux axes factoriels, les coordonnées des modalités visualisées dans le plan peuvent ne pas être exactes si la contribution statistiquement significative se trouve dans un troisième, quatrième ou rarement, un cinquième axe.

La dimension sur les traits de caractère

TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
AFCM	Nominale active	Traits de caractère positifs et négatifs	14	35
	Nominale illustrative	Période d'analyse	1	4
	Nominale illustrative	Page	1	8
CLASSIFICATION	Nominale illustrative	Emplacement	1	8

HIERARCHIQUE ASCENDANTE	Nominale illustrative	Type d'image	1	2
	Nominale illustrative	Auteur	1	8
	Nominale illustrative	Registre de langue	1	5

Tableau 0.28. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

Echantillon : Nous avons pris le total d'images, soit 405, en ne retenant les modalités de traits dont la fréquence absolue est supérieure à huit. Cinq modalités correspondant aux traits positifs ont donc été supprimées de l'analyse : honnête, stable et rationnel, loyal, responsable et bon communicateur.

Axes retenus à partir de l'histogramme : Les dix premiers axes factoriels.

HISTOGRAMME DES 21 PREMIERES VALEURS PROPRES

NUMERO	VALEUR PROPRE	POURCENTAGE	POURCENTAGE CUMULE	
1	0.1434	9.56	9.56	**********
2	0.1111	7.41	16.96	*******
3	0.1062	7.08	24.05	*******
4	0.0960	6.40	30.44	******
5	0.0866	5.78	36.22	******
6	0.0826	5.51	41.73	******
7	0.0822	5.48	47.21	******
8	0.0775	5.17	52.37	*****
9	0.0750	5.00	57.37	*****
10	0.0731	4.87	62.24	*****
11	0.0675	4.50	66.74	*****
12	0.0659	4.39	71.13	*****
13	0.0625	4.16	75.30	*****
14	0.0597	3.98	79.28	*****
15	0.0591	3.94	83.22	*****
16	0.0560	3.73	86.95	*****
17	0.0521	3.48	90.43	*****
18	0.0518	3.45	93.88	*****
19	0.0461	3.08	96.96	****
20	0.0434	2.90	99.85	****
21	0.0022	0.15	100.00	**

Figure 0.1. Histogramme de valeurs propres obtenu pour l'AFCM centrée sur la dimension « traits de caractère négatifs et positifs », avec les pourcentages correspondant aux 21 axes factoriels.

Nombre de classes : 6

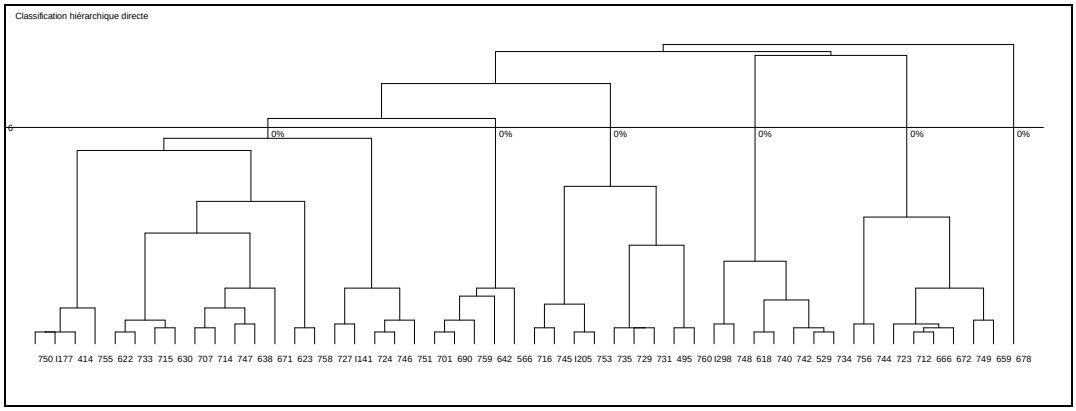


Figure 0.2. Dendrogramme obtenu à partir de l'ACHA. La ligne transversale aux classes indique la coupure en six classes.

COORDONNEES ET VALEURS-TEST AVANT CONSOLIDATION - AXES 1 A 5

CLASSES	VALEURS-TEST	COORDONNEES	

IDEN - LIBELLE	EFF.	P.ABS	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	DISTO.
Coupure 'a' de l'arbre en 6 classes													
aa1a - CLASSE 1 / 6	176	176.00	-3.9	-3.5	9.5	4.9	5.5	-0.08	-0.07	0.17	0.09	0.09	0.08
aa2a - CLASSE 2 / 6	59	59.00	3.9	-0.4	-4.3	-6.5	9.1	0.18	-0.02	-0.17	-0.24	0.32	0.33
aa3a - CLASSE 3 / 6	38	38.00	-8.5	-6.5	-4.1	-4.9	-2.9	-0.50	-0.33	-0.21	-0.23	-0.13	0.68
aa4a - CLASSE 4 / 6	30	30.00	-0.3	14.6	1.8	-3.3	-0.6	-0.02	0.86	0.11	-0.18	-0.03	0.91
aa5a - CLASSE 5 / 6	59	59.00	2.9	1.3	-11.0	9.1	-7.4	0.13	0.05	-0.43	0.34	-0.26	0.44
aa6a - CLASSE 6 / 6	43	43.00	6.9	-1.7	4.7	-3.5	-7.6	0.38	-0.08	0.22	-0.16	-0.32	0.64

Tableau 0.29. Coordonnées, et valeurs tests des six classes.

Modalités qui ont présenté des associations : A l'exception des types d'image et pages, toutes les variables ont au moins une modalité qui présente une association.

Description de classes :

Classe 1: 40% d'effectifs : les traits impopulaire ; inefficace ; instable et irrationnel ; indécis et non confiant en soi ; peu lucide ; dépourvu d'autorité ; la présence d'un seul trait dans l'image ; et la période de 2005.

Classe 2 : 18% d'effectifs : les traits malhonnête ; menteur, hypocrite et opportuniste ; la présence d'un seul trait dans l'image ; et la période de 2002.

Classe 3 : 8% d'effectifs : les traits déloyal ; méprisant ; menteur, hypocrite et opportuniste ; irresponsable ; la présence de deux ou trois traits par image ; la section supérieure ou inférieure ; et le dessinateur Cardon.

Classe 4 : 8% d'effectifs : ambitieux et vaniteux ; confiant en soi ; efficace ; Kerleroux ; le cadre inférieur gauche ; et le centre, centre gauche, centre droit.

Classe 5 : 15% d'effectifs : populaire ; élégant et fort ; intelligent ; et le registre courant.

Classe 6 : 11% d'effectifs : absence de traits ; et les traits efficacité ; sincérité ; stabilité émotionnelle et rationnelle ; morale; capacité de décision ; formation et intelligence ; autorité ; popularité ; et aptitudes communicationnelles, sous leur forme neutre.

La dimension sur les figures rhétoriques

Compte tenu de la grande différence dans le nombre de figures verbales et visuelles identifiées dans les images analysées, nous avons fait deux AFCM : le premier ayant les figures linguistiques comme variables actives et les figures icono-plastiques comme complémentaires ou illustratives, et le deuxième avec l'ordre inverse. Chaque groupe de figures rhétoriques constitue une variable. En plus, le nombre de figures par image est étudié à partir d'une variable nominale et d'une variable continue[363]. D'autres variables ont été considérées de forme complémentaire dans ces analyses : la période, le type d'image, la page où est située l'image, l'emplacement dans la page et l'auteur du dessin. Pour l'analyse qui aura les figures linguistiques comme variables actives, nous inclurons aussi le registre de langue.

[363] Comme pour les titres, c'est le seul cas où nous avons travaillé avec une variable continue pour les images du CE.

AFCM avec les figures linguistiques comme variables actives

TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
AFCM	Nominales illustratives	Figures rhétoriques icono-plastiques	7	14
	Nominale illustrative	Nombre de figures icono-plastiques combinées par individu	1	3
	Continue	Nombre de figures icono-plastiques totales par individu	1	
	Nominales actives	Figures rhétoriques linguistiques	8	16
	Nominale active	Nombre de figures linguistiques combinées par individu	1	4
	Continue	Nombre de figures linguistiques totales par individu	1	
	Nominale illustrative	Période d'analyse	1	4
	Nominale illustrative	Page	1	8
	Nominale illustrative	Emplacement	1	8
	Nominale illustrative	Type d'image	1	2
	Nominale illustrative	Auteur	1	8
	Nominale illustrative	Registre de langue	1	4

Tableau 0.30. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

Echantillon : L'échantillon de cette procédure statistique est composé de 358 images: les cas où aucune figure linguistique n'a été détectée furent exclues. Il faut aussi préciser que compte tenu de la faible présence des figures de contiguïté, elles ne furent pas considérées dans l'analyse. Nous avons alors travaillé avec un total de sept variables.

Axes retenus à partir de l'histogramme : A partir de l'histogramme, nous avons retenu les deux premiers axes factoriels.

```
VALEURS PROPRES
APERCU DE LA PRECISION DES CALCULS : TRACE AVANT DIAGONALISATION ..   1.1250
                                     SOMME DES VALEURS PROPRES ....   1.1250
HISTOGRAMME DES  9 PREMIERES VALEURS PROPRES
+--------+------------+-------------+-------------+----------------------------------------------------------------------+
| NUMERO |   VALEUR   | POURCENTAGE | POURCENTAGE |                                                                      |
|        |   PROPRE   |             |    CUMULE   |                                                                      |
+--------+------------+-------------+-------------+----------------------------------------------------------------------+
|    1   |   0.1980   |     17.60   |     17.60   | ************************************************************************ |
|    2   |   0.1703   |     15.14   |     32.74   | ********************************************************             |
|    3   |   0.1534   |     13.64   |     46.38   | *****************************************************                |
|    4   |   0.1436   |     12.77   |     59.15   | ************************************************                     |
|    5   |   0.1380   |     12.27   |     71.42   | ***********************************************                      |
|    6   |   0.1133   |     10.08   |     81.50   | ***************************************                              |
|    7   |   0.1072   |      9.53   |     91.03   | *************************************                                |
|    8   |   0.0980   |      8.71   |     99.74   | ***********************************                                  |
|    9   |   0.0029   |      0.26   |    100.00   | **                                                                   |
+--------+------------+-------------+-------------+----------------------------------------------------------------------+
```

Figure 0.3. Histogramme de valeurs propres obtenu pour l'AFCM centrée sur la dimension « figures linguistiques » comme variables actives, avec les pourcentages correspondant aux 9 axes factoriels.

```
COORDONNEES, CONTRIBUTIONS ET COSINUS CARRES DES MODALITES ACTIVES - AXES  1 A  5
+-------------------------------------+-------------------------------+--------------------------+--------------------------+
|               MODALITES             |          COORDONNEES          |      CONTRIBUTIONS       |      COSINUS CARRES      |
|-------------------------------------+-------------------------------+--------------------------+--------------------------|
```

IDEN - LIBELLE	P.REL	DISTO	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
16 . FMTT																	
AO_1 - FTMO	0.94	12.26	1.29	0.95	-0.60	-1.82	-0.73	7.9	4.9	2.2	21.6	3.7	0.14	0.07	0.03	0.27	0.04
AO_2 - FTMN	11.56	0.08	-0.11	-0.08	0.05	0.15	0.06	0.6	0.4	0.2	1.8	0.3	0.14	0.07	0.03	0.27	0.04
			CONTRIBUTION CUMULEE =					8.6	5.4	2.4	23.4	4.0					
18 . FFMF																	
AQ_1 - FTFO	1.57	6.96	1.16	0.15	-0.43	1.72	-0.05	10.6	0.2	1.9	32.4	0.0	0.19	0.00	0.03	0.43	0.00
AQ_2 - FTFN	10.93	0.14	-0.17	-0.02	0.06	-0.25	0.01	1.5	0.0	0.3	4.7	0.0	0.19	0.00	0.03	0.43	0.00
			CONTRIBUTION CUMULEE =					12.1	0.2	2.2	37.1	0.0					
19 . FTAS																	
AR_1 - FTAO	2.06	5.07	0.29	0.51	-0.34	-0.84	1.81	0.9	3.1	1.5	10.1	48.9	0.02	0.05	0.02	0.14	0.65
AR_2 - FTAN	10.44	0.20	-0.06	-0.10	0.07	0.17	-0.36	0.2	0.6	0.3	2.0	9.6	0.02	0.05	0.02	0.14	0.65
			CONTRIBUTION CUMULEE =					1.0	3.7	1.8	12.1	58.5					
20 . FTDS																	
AS_1 - FTDO	2.62	3.77	0.78	1.05	-0.17	0.65	-0.19	8.1	17.1	0.5	7.7	0.7	0.16	0.29	0.01	0.11	0.01
AS_2 - FTDN	9.88	0.27	-0.21	-0.28	0.05	-0.17	0.05	2.1	4.5	0.1	2.0	0.2	0.16	0.29	0.01	0.11	0.01
			CONTRIBUTION CUMULEE =					10.2	21.6	0.6	9.8	0.9					
21 . FTNS																	
AT_1 - FTNO	2.83	3.42	0.16	0.15	1.49	-0.44	-0.66	0.3	0.4	40.7	3.8	8.9	0.01	0.01	0.65	0.06	0.13
AT_2 - FTNN	9.67	0.29	-0.05	-0.04	-0.43	0.13	0.19	0.1	0.1	11.9	1.1	2.6	0.01	0.01	0.65	0.06	0.13
			CONTRIBUTION CUMULEE =					0.4	0.5	52.6	4.9	11.5					
22 . FTIR																	
AU_1 - FTIO	4.29	1.91	-0.18	-0.64	-0.89	-0.30	-0.58	0.7	10.3	22.0	2.6	10.4	0.02	0.21	0.41	0.05	0.18
AU_2 - FTIN	8.21	0.52	0.09	0.33	0.46	0.15	0.30	0.3	5.4	11.5	1.4	5.5	0.02	0.21	0.41	0.05	0.18
			CONTRIBUTION CUMULEE =					1.0	15.7	33.4	4.0	15.9					
23 . FTPE																	
AV_1 - FTPO	4.57	1.73	0.61	-0.86	0.30	-0.07	0.27	8.6	19.9	2.6	0.1	2.4	0.21	0.43	0.05	0.00	0.04
AV_2 - FTPN	7.93	0.58	-0.35	0.50	-0.17	0.04	-0.16	5.0	11.5	1.5	0.1	1.4	0.21	0.43	0.05	0.00	0.04
			CONTRIBUTION CUMULEE =					13.6	31.4	4.2	0.2	3.8					
25 . FTCO																	
AW_1 - FTUN	7.33	0.70	-0.69	0.31	-0.01	0.04	-0.01	17.4	4.1	0.0	0.1	0.0	0.67	0.13	0.00	0.00	0.00
AW_2 - FTDE	3.81	2.28	0.58	-0.81	0.19	0.23	0.24	6.6	14.6	0.9	1.4	1.5	0.15	0.29	0.02	0.02	0.02
AW_3 - FTTR	1.36	8.18	2.06	0.60	-0.46	-0.86	-0.62	29.1	2.9	1.9	7.0	3.8	0.52	0.04	0.03	0.09	0.05
			CONTRIBUTION CUMULEE =					53.1	21.5	2.7	8.5	5.3					

Tableau 0.31. Coordonnées, contributions et cosinus carrés des modalités actives dans les cinq premiers axes factoriels.

Nombre de groupes : 4

Description de groupes :

Groupe A : ironie linguistique et variantes, absence de figures de double sens et métaphores fixes linguistiques, absence de figures icono-plastiques, absence de métaphores créatives icono-plastiques, Lefred-Thouron, Pétillon, Une et pages 6 et 7, cadre inférieur droit de la page, et registre de langue courant. Kerleroux s'associe à ce groupe.

Groupe B : 3 à 5 figures rhétoriques linguistiques, figures linguistiques de double sens, figures linguistiques de mots. Escaro s'associe à ce groupe.

Groupe C : absence d'ironie linguistique et ses variantes, 1 figure icono-plastique, 2 figures icono-plastiques, métaphores fixes et symboles icono-plastiques, métaphores créatives icono-plastiques, page 2, cadre inférieur gauche, registre familier. L'absence d'autres figures linguistiques de pensée, Kerleroux et Escaro s'associent à ce groupe.

Groupe D : 2 figures linguistiques, figures linguistiques de pensée. Kerleroux s'associe à ce groupe.

Groupe E : 1 figure linguistique, ironie icono-plastique. La modalité « autres figures linguistiques de pensée » s'associe à ce groupe.

La variable continue se centre sur le nombre de figures détectées par image, la variable relative aux figures icono-plastiques ne s'associe à aucune modalité alors que celle qui renvoie aux figures linguistiques s'associe à l'axe 1 et aux modalités opposées qui rendent compte de la présence d'une seule figure (demi-axe négatif) ou de trois à cinq figures (demi-axe positif). Ceci veut dire que le nombre de figures répétées dans une même image ou bien celles qui appartiennent au même groupe, augmentent de manière proportionnelle au nombre de figures rhétoriques *différentes* détectées par image.

L'AFCM nous a permis de repérer quatre groupes, dont les deux les plus intéressants ont été présentés dans le corps de la thèse. Nous décrirons par la suite, les deux groupes restants. Le **troisième groupe** est constitué de deux sous-groupes. Il est formé par les caricatures du dessinateur Kerleroux, le registre familier, l'usage combiné double de figures linguistiques, dont les figures de pensée, et l'utilisation des métaphores fixes icono-plastiques. Ce dessinateur présente un emploi des figures rhétoriques moins distinctif que ce que l'on a vu pour les autres auteurs. Le **quatrième groupe** comprend une association entre des modalités linguistiques et icono-plastiques: la présence d'une seule figure dans le texte écrit, l'absence de figures verbales de pensée et l'utilisation de l'ironie dans le visuel. Aucun de dessinateurs ne s'associe à ce groupe.

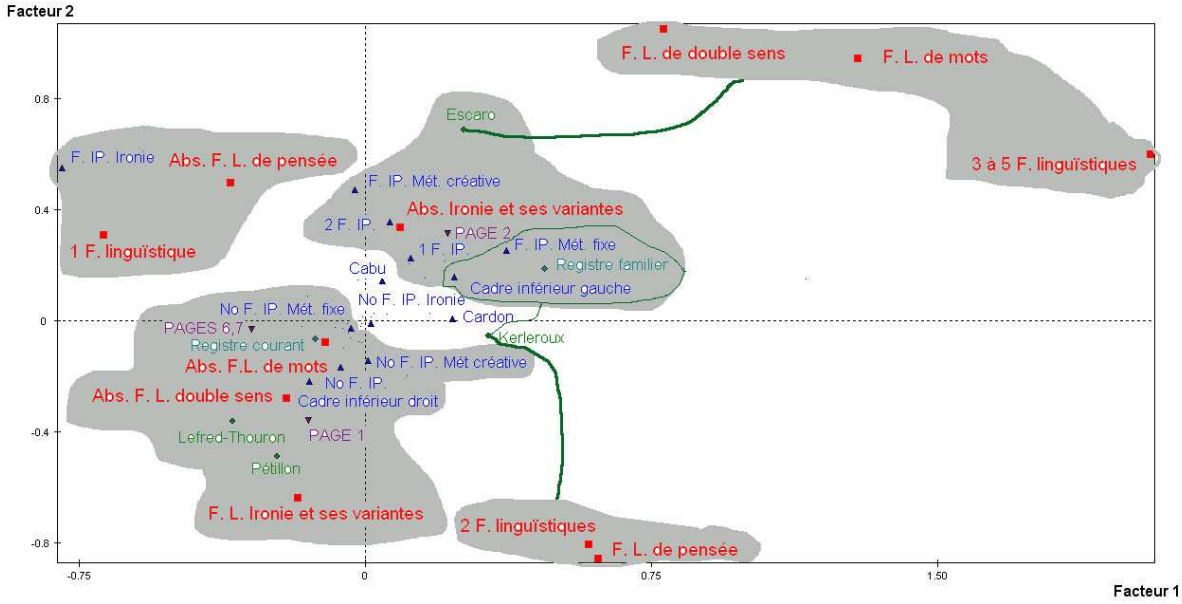


Figure 0.4. Axes factoriels 1 et 2 de l'AFCM qui a les figures rhétoriques linguistiques comme modalités actives. 5 groupes et un sous-groupe de modalités ont été identifiés.

AFCM avec les figures icono-plastiques comme variables actives

TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
AFCM	Nominales actives	Figures rhétoriques icono-plastiques	7	14
	Nominale active	Nombre de figures icono-plastiques combinées par individu	1	3
	Continue	Nombre de figures icono-plastiques totales par individu	1	
	Nominales illustratives	Figures rhétoriques linguistiques	8	16
	Nominale illustrative	Nombre de figures linguistiques combinées par individu	1	4
	Continue	Nombre de figures linguistiques totales par individu	1	
	Nominale illustrative	Période d'analyse	1	4
	Nominale illustrative	Page	1	8
	Nominale illustrative	Emplacement	1	8
	Nominale illustrative	Type d'image	1	2
	Nominale illustrative	Auteur	1	8

Tableau 0.32. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

Echantillon : L'échantillon est composé de 155 images: les cas où aucune figure visuelle n'a été détectée furent exclues.

Axes retenus à partir de l'histogramme : À partir de l'histogramme, nous avons retenu les deux premiers axes factoriels.

```
VALEURS PROPRES
APERCU DE LA PRECISION DES CALCULS : TRACE AVANT DIAGONALISATION ..   1.0000
                                     SOMME DES VALEURS PROPRES ....   1.0000
HISTOGRAMME DES  8 PREMIERES VALEURS PROPRES
+--------+-----------+------------+------------+-------------------------------------------------------------------------+
| NUMERO |   VALEUR  | POURCENTAGE | POURCENTAGE |                                                                         |
|        |   PROPRE  |             |    CUMULE   |                                                                         |
+--------+-----------+------------+------------+-------------------------------------------------------------------------+
|    1   |   0.2210  |     22.10   |     22.10   | ************************************************************************* |
|    2   |   0.1689  |     16.89   |     38.99   | ********************************************************                |
|    3   |   0.1485  |     14.85   |     53.84   | *****************************************************                   |
|    4   |   0.1438  |     14.38   |     68.22   | *****************************************************                   |
|    5   |   0.1188  |     11.88   |     80.10   | ************************************                                    |
|    6   |   0.1007  |     10.07   |     90.17   | ***************************                                             |
|    7   |   0.0886  |      8.86   |     99.03   | ***********************                                                 |
|    8   |   0.0097  |      0.97   |    100.00   | ****                                                                    |
+--------+-----------+------------+------------+-------------------------------------------------------------------------+
```

Figure 0.5. Histogramme de valeurs propres obtenu pour l'AFCM centrée sur la dimension « figures icono-plastiques » comme variables actives, avec les pourcentages correspondant aux 8 axes factoriels.

```
COORDONNEES, CONTRIBUTIONS ET COSINUS CARRES DES MODALITES ACTIVES - AXES  1 A  5
+-----------------------------------+-----------------------------+-------------------------+-------------------------+
|                MODALITES          |          COORDONNEES        |      CONTRIBUTIONS      |      COSINUS CARRES     |
```

IDEN - LIBELLE	P.REL	DISTO	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7 . FCOS																	
AG_1 - FCOO	0.96	12.08	-1.81	0.88	-0.04	1.46	-0.20	14.2	4.4	0.0	14.2	0.3	0.27	0.06	0.00	0.18	0.00
AG_2 - FCON	11.54	0.08	0.15	-0.07	0.00	-0.12	0.02	1.2	0.4	0.0	1.2	0.0	0.27	0.06	0.00	0.18	0.00
			CONTRIBUTION CUMULEE =					15.4	4.7	0.0	15.4	0.4					
8 . FMFI																	
AH_1 - FMFO	3.18	2.92	-0.55	0.46	-1.17	-0.24	0.89	4.4	4.1	29.4	1.3	21.3	0.10	0.07	0.47	0.02	0.27
AH_2 - FMFN	9.32	0.34	0.19	-0.16	0.40	0.08	-0.30	1.5	1.4	10.1	0.5	7.3	0.10	0.07	0.47	0.02	0.27
			CONTRIBUTION CUMULEE =					5.9	5.5	39.5	1.8	28.6					
9 . FASC																	
AI_1 - FASO	7.40	0.69	-0.28	-0.68	0.19	-0.05	-0.02	2.7	20.4	1.8	0.1	0.0	0.12	0.68	0.05	0.00	0.00
AI_2 - FASN	5.10	1.45	0.41	0.99	-0.27	0.07	0.03	3.9	29.6	2.5	0.2	0.0	0.12	0.68	0.05	0.00	0.00
			CONTRIBUTION CUMULEE =					6.5	50.0	4.3	0.3	0.1					
10 . FDSE																	
AJ_1 - FDSO	0.64	18.63	0.54	0.38	-1.32	3.11	-1.99	0.8	0.6	7.5	42.9	21.3	0.02	0.01	0.09	0.52	0.21
AJ_2 - FDSN	11.86	0.05	-0.03	-0.02	0.07	-0.17	0.11	0.0	0.0	0.4	2.3	1.1	0.02	0.01	0.09	0.52	0.21
			CONTRIBUTION CUMULEE =					0.9	0.6	7.9	45.2	22.4					
11 . FCNS																	
AK_1 - FCNO	1.99	5.28	0.64	1.17	0.10	-1.23	-1.06	3.7	16.2	0.1	21.0	19.0	0.08	0.26	0.00	0.29	0.21
AK_2 - FCNN	10.51	0.19	-0.12	-0.22	-0.02	0.23	0.20	0.7	3.1	0.0	4.0	3.6	0.08	0.26	0.00	0.29	0.21
			CONTRIBUTION CUMULEE =					4.3	19.3	0.2	25.0	22.6					
12 . FIRV																	
AL_1 - FIRO	0.80	14.70	-1.66	-0.93	-1.52	-1.41	-1.73	10.0	4.1	12.3	11.0	20.0	0.19	0.06	0.16	0.14	0.20
AL_2 - FIRN	11.70	0.07	0.11	0.06	0.10	0.10	0.12	0.7	0.3	0.8	0.8	1.4	0.19	0.06	0.16	0.14	0.20
			CONTRIBUTION CUMULEE =					10.7	4.4	13.2	11.8	21.4					
13 . FPEE																	
AM_1 - FPEO	3.18	2.92	-0.76	0.75	1.10	0.05	0.17	8.2	10.5	26.1	0.1	0.8	0.19	0.19	0.42	0.00	0.01
AM_2 - FPEN	9.32	0.34	0.26	-0.26	-0.38	-0.02	-0.06	2.8	3.6	8.9	0.0	0.3	0.19	0.19	0.42	0.00	0.01
			CONTRIBUTION CUMULEE =					11.0	14.1	35.0	0.1	1.1					
15 . FICO																	
AN_1 - FUNE	8.28	0.51	0.64	-0.10	-0.01	0.05	0.13	15.3	0.5	0.0	0.1	1.2	0.80	0.02	0.00	0.01	0.03
AN_2 - FDEU	4.22	1.96	-1.25	0.20	0.02	-0.10	-0.26	30.0	1.0	0.0	0.3	2.3	0.80	0.02	0.00	0.01	0.03
			CONTRIBUTION CUMULEE =					45.3	1.4	0.0	0.4	3.5					

Tableau 0.33. Coordonnées, contributions et cosinus carrés des modalités actives dans les cinq premiers axes factoriels.

Modalités qui ont présenté des associations : L'analyse de deux premiers axes factoriels montre quatre grands groupes avec des sous-groupes qui s'y associent, constitués des modalités de figures rhétoriques icono-plastiques et linguistiques, des auteurs et de type d'images. Ni les périodes, ni les pages dans lesquelles furent publiées les images, les emplacements dans la page, ou les registres de langue ne font partie de ces groupes.

Nombre de groupes : 4

Description de groupes :

Groupe A : les figures icono-plastiques de pensée, deux à quatre figures icono-plastiques, les figures linguistiques de contiguïté, Cardon. L'ironie icono-plastique est plus proche de la modalité sur 2 à 4 figures icono-plastiques dans une même image que d'une seule figure par image.

Groupe B : 1 figure icono-plastique, absence de figures de pensée icono-plastiques, absence de figures de contiguïté icono-plastiques, absence de figures de contiguïté linguistique, Kerleroux. La présence d'une seule figure linguistique et l'absence de figures de pensée linguistiques s'associent à ce groupe.

Groupe C : figures icono-plastiques de construction, absence de métaphores créatives icono-plastiques, Lefred-Thouron, *strip*. Les figures linguistiques de pensée, 2 figures linguistiques, l'absence de métaphores créatives et l'absence de l'ironie icono-plastique.

Groupe D : métaphores créatives icono-plastiques et linguistiques, absence de figures de construction icono-plastiques, l'absence de figures de pensée linguistiques, 1 figure linguistique, caricature. L'ironie icono-plastique est proche de ce groupe.

La variable continue visuelle, qui rend compte du nombre de figures du même groupe ou des répétitions d'une même figure dans une image est associée à l'axe 1 et montre une augmentation en rapport avec la variable qui décrit le nombre de figures *différentes* détectées par image. Même si elle n'a pas atteint la valeur test, les coordonnées de la modalité qui comprend les cas d'absence de registre de langue dans les dessins sont très proches de l'extrême positif de la variable continue ainsi que de la modalité portant sur la présence de deux à quatre figures icono-plastiques. Ceci veut dire que les images qui n'ont pas de texte écrit ont tendance à présenter une densité stylistique visuelle plus importante.

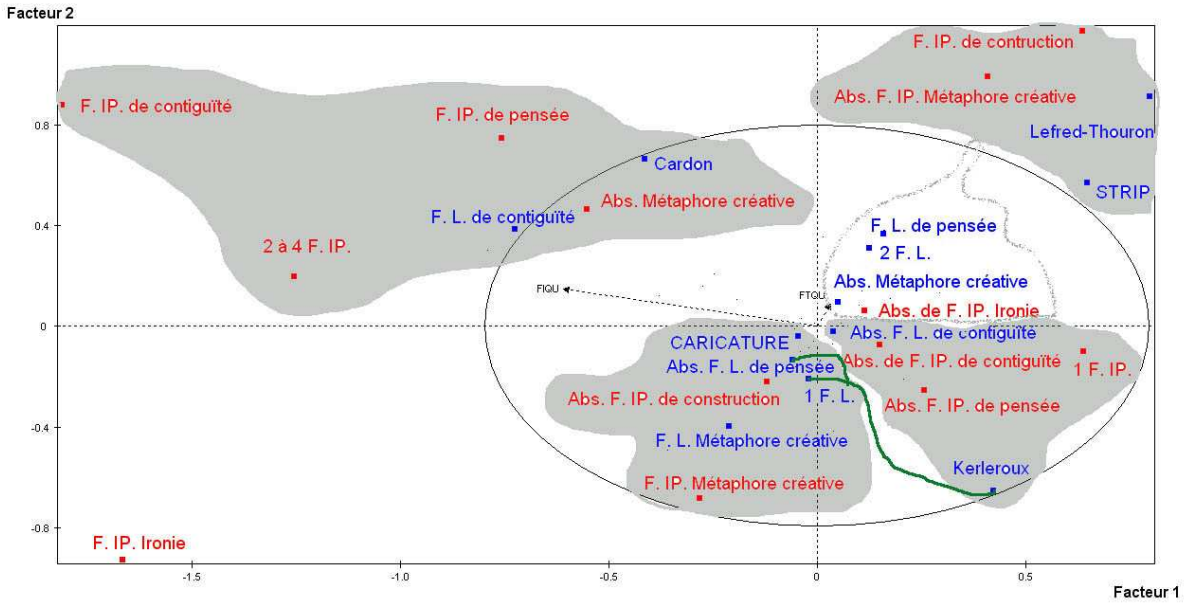


Figure 0.6. Axes factoriels 1 et 2 de l'AFCM qui a les figures rhétoriques icono-plastiques comme modalités actives. 4 groupes de modalités ont été identifiés.

La dimension sur les références culturelles

AFCM avec les références culturelles linguistiques comme variables actives

TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
AFCM	Nominale active	Références culturelles linguistiques	4	18
	Nominale illustrative	Période d'analyse	1	4
	Nominale illustrative	Page	1	8
	Nominale illustrative	Emplacement	1	8
	Nominale illustrative	Type d'image	1	2
	Nominale illustrative	Auteur	1	8
	Nominale illustrative	Registre de langue	1	5

Tableau 0.34. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

Echantillon : Nous avons travaillé avec le total d'effectifs qui présentent des références culturelles dans le texte des images, soit 117.

Axes retenus à partir de l'histogramme : A partir de l'histogramme, nous avons retenu les deux premiers axes factoriels.

VALEURS PROPRES
APERCU DE LA PRECISION DES CALCULS : TRACE AVANT DIAGONALISATION .. 2.5000
SOMME DES VALEURS PROPRES 2.5000
HISTOGRAMME DES 10 PREMIERES VALEURS PROPRES

NUMERO PROPRE	VALEUR	POURCENTAGE	POURCENTAGE CUMULE	
1	0.5235	20.94	20.94	**********
2	0.3576	14.31	35.24	*******
3	0.3111	12.44	47.69	******
4	0.2840	11.36	59.05	******
5	0.2524	10.10	69.15	*****
6	0.2331	9.32	78.47	*****
7	0.1913	7.65	86.12	****
8	0.1648	6.59	92.71	****
9	0.1078	4.31	97.02	**
10	0.0745	2.98	100.00	**

Figure 0.7. Histogramme de valeurs propres obtenu pour l'AFCM centrée sur la dimension « références culturelles linguistiques », avec les pourcentages correspondant aux dix axes factoriels.

COORDONNEES, CONTRIBUTIONS ET COSINUS CARRES DES MODALITES ACTIVES - AXES 1 A 5

MODALITES			COORDONNEES					CONTRIBUTIONS					COSINUS CARRES				
IDEN - LIBELLE	P.REL	DISTO	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8 . RCTH																	
AH_1 - RCAP	2.78	8.00	-1.17	-1.22	0.99	1.16	0.71	7.3	11.5	8.8	13.3	5.6	0.17	0.19	0.12	0.17	0.06
AH_2 - RCGH	11.54	1.17	-0.41	0.05	-0.11	-0.69	-0.39	3.8	0.1	0.5	19.3	6.8	0.15	0.00	0.01	0.41	0.13
AH_3 - RCJS	1.50	15.71	2.22	-1.32	0.48	-1.10	2.15	14.1	7.2	1.1	6.4	27.5	0.31	0.11	0.01	0.08	0.29
AH_4 - RCME	3.85	5.50	0.07	0.48	-1.38	0.75	1.05	0.0	2.5	23.7	7.6	16.8	0.00	0.04	0.35	0.10	0.20
AH_5 - RCLA	3.21	6.80	0.54	1.72	1.29	0.76	-0.13	1.8	26.5	17.1	6.4	0.2	0.04	0.44	0.24	0.08	0.00
AH_6 - RCST	2.14	10.70	1.28	-1.21	-0.47	0.50	-2.05	6.7	8.8	1.5	1.9	35.5	0.15	0.14	0.02	0.02	0.39
			CONTRIBUTION CUMULEE =					33.6	56.7	52.7	54.9	92.4					
9 . RCCO																	
AI_1 - RCNA	16.24	0.54	-0.29	0.39	0.18	-0.34	0.02	2.7	6.8	1.6	6.5	0.0	0.16	0.28	0.06	0.21	0.00
AI_2 - RCEU	2.99	7.36	-0.64	-1.10	0.76	1.48	-0.30	2.4	10.1	5.5	23.2	1.1	0.06	0.16	0.08	0.30	0.01
AI_3 - RCNE	2.14	10.70	0.06	0.55	-2.26	1.12	-0.03	0.0	1.8	35.0	9.4	0.0	0.00	0.03	0.48	0.12	0.00
AI_4 - RCUN	3.63	5.88	1.80	-1.15	-0.09	-0.38	0.16	22.6	13.5	0.1	1.8	0.4	0.55	0.23	0.00	0.02	0.00
			CONTRIBUTION CUMULEE =					27.6	32.3	42.2	40.9	1.5					
10 . RCFO																	
AJ_1 - RCDI	17.95	0.39	0.34	0.05	-0.03	0.08	-0.15	4.1	0.1	0.1	0.4	1.7	0.30	0.01	0.00	0.01	0.06
AJ_2 - RCIN	7.05	2.55	-0.88	-0.13	0.08	-0.19	0.39	10.4	0.3	0.2	0.9	4.2	0.30	0.01	0.00	0.01	0.06
			CONTRIBUTION CUMULEE =					14.4	0.5	0.2	1.3	5.9					
11 . RCSM																	
AK_1 - RCSP	11.32	1.21	0.78	0.43	0.27	0.20	0.04	13.3	5.7	2.7	1.6	0.1	0.51	0.15	0.06	0.03	0.00
AK_2 - RCSC	13.68	0.83	-0.65	-0.35	-0.22	-0.16	-0.04	11.0	4.8	2.2	1.3	0.1	0.51	0.15	0.06	0.03	0.00
			CONTRIBUTION CUMULEE =					24.3	10.5	4.9	2.9	0.2					

Tableau 0.35. Coordonnées, contributions et cosinus carrés des modalités actives dans les cinq premiers axes factoriels.

Modalités qui ont présenté des associations : Seulement quelques modalités relatives à l'auteur, la période et la thématique ont mis en évidence une association avec les références culturelles.

Nombre de groupes : 3

Description de groupes :

Groupe A : références culturelles liées aux symboles et traditions, celles sur des jeux et sports et références universelles. Cabu, d'une part, et Delambre, Kiro, Pancho, d'autre part, s'associent à ce groupe.

Groupe B : références culturelles langagières, références directes et populaires, thématiques de politique intérieure non spécifiées, Escaro et période de 2002.

Groupe C : références culturelles liées aux arts, philosophie et des disciplines voisines, références européennes et directes, savoir cultivé et la période de 1995. Des références nationales s'associent à ce groupe.

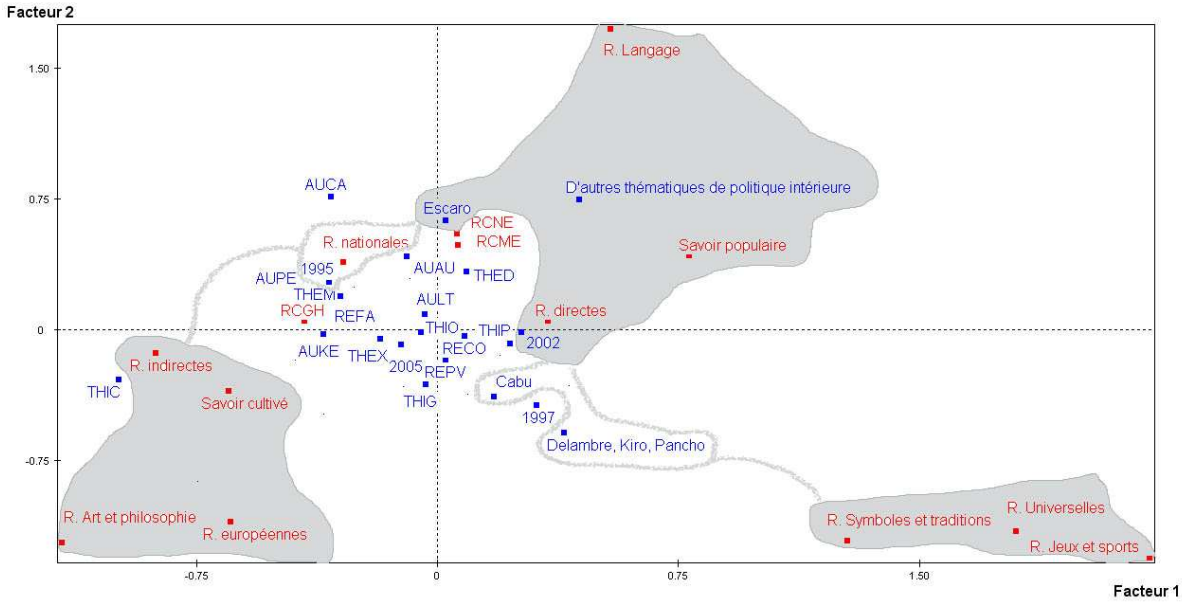


Figure 0.8. Du premier plan factoriel de l'AFCM centrée sur la dimension de références culturelles linguistiques, se dégagent trois groupes de modalités. La période, le type d'image, la page, l'emplacement, l'auteur et le registre de langue constituent des variables illustratives.

AFCM avec les références culturelles icono-plastiques comme variables actives

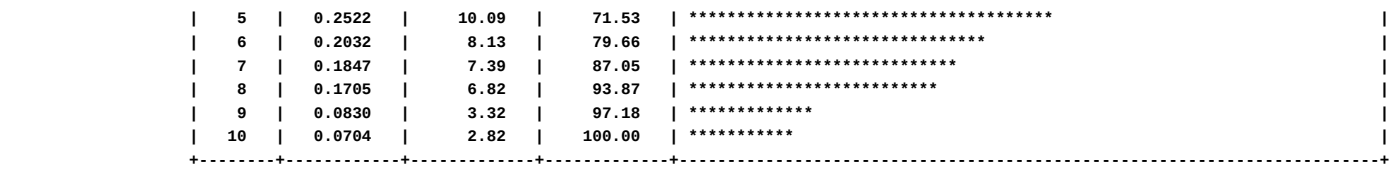
TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
AFCM	Nominale active	Références culturelles icono-plastiques	4	18
	Nominale illustrative	Période d'analyse	1	4
	Nominale illustrative	Page	1	8
	Nominale illustrative	Emplacement	1	8
	Nominale illustrative	Type d'image	1	2
	Nominale illustrative	Auteur	1	8

Tableau 0.36. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

Echantillon : Le total d'effectifs est de 64, c'est-à-dire que 64 images présentent une référence culturelle icono-plastique étrangère à l'univers du fait d'actualité abordé.

Axes retenus à partir de l'histogramme : A partir de l'histogramme, nous avons retenu les trois premiers axes factoriels.

```
VALEURS PROPRES
APERCU DE LA PRECISION DES CALCULS : TRACE AVANT DIAGONALISATION ..   2.5000
                                     SOMME DES VALEURS PROPRES ....   2.5000
HISTOGRAMME DES 10 PREMIERES VALEURS PROPRES
+--------+------------+-------------+-------------+-------------------------------------------------------------------------+
| NUMERO |   VALEUR   | POURCENTAGE | POURCENTAGE |                                                                         |
|        |   PROPRE   |             |    CUMULE   |                                                                         |
+--------+------------+-------------+-------------+-------------------------------------------------------------------------+
|    1   |   0.5361   |     21.44   |     21.44   | ************************************************************************* |
|    2   |   0.4109   |     16.43   |     37.88   | ********************************************************                  |
|    3   |   0.3249   |     13.00   |     50.88   | ***************************************************                       |
|    4   |   0.2641   |     10.57   |     61.44   | ******************************************                                |
```



5	0.2522	10.09	71.53	**********	
6	0.2032	8.13	79.66	********	
7	0.1847	7.39	87.05	*******	
8	0.1705	6.82	93.87	*******	
9	0.0830	3.32	97.18	*****	
10	0.0704	2.82	100.00	*****	

Figure 0.9. Histogramme de valeurs propres obtenu pour l'AFCM centrée sur la dimension « références culturelles icono-plastiques », avec les pourcentages correspondant aux dix axes factoriels.

COORDONNEES, CONTRIBUTIONS ET COSINUS CARRES DES MODALITES ACTIVES - AXES 1 A 5

MODALITES			COORDONNEES					CONTRIBUTIONS					COSINUS CARRES				
IDEN - LIBELLE	P.REL	DISTO	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7 . RITH																	
AG_1 - RIAP	3.13	7.00	1.31	1.53	0.76	0.60	-0.98	10.1	17.7	5.5	4.2	11.8	0.25	0.33	0.08	0.05	0.14
AG_2 - RIGH	7.03	2.56	0.53	0.05	-0.83	-0.53	0.80	3.8	0.1	14.9	7.4	17.9	0.11	0.00	0.27	0.11	0.25
AG_3 - RIJS	2.73	8.14	-1.42	0.32	-1.28	1.28	-1.24	10.2	0.7	13.7	16.9	16.8	0.25	0.01	0.20	0.20	0.19
AG_4 - RIME	2.73	8.14	0.21	-1.38	0.24	-1.38	-1.81	0.2	12.6	0.5	19.6	35.4	0.01	0.23	0.01	0.23	0.40
AG_5 - RILA	1.95	11.80	0.81	-1.95	0.59	2.11	0.75	2.4	18.1	2.1	33.0	4.3	0.06	0.32	0.03	0.38	0.05
AG_6 - RIST	7.42	2.37	-0.83	0.21	0.69	-0.27	0.58	9.5	0.8	11.0	2.1	9.9	0.29	0.02	0.20	0.03	0.14
			CONTRIBUTION CUMULEE =					36.2	49.9	47.8	83.3	96.1					
8 . RICO																	
AH_1 - RINA	10.16	1.46	0.55	-0.81	0.05	-0.25	-0.08	5.7	16.1	0.1	2.5	0.3	0.21	0.45	0.00	0.04	0.00
AH_2 - RIEU	3.91	5.40	1.00	1.24	-0.46	-0.06	0.33	7.3	14.7	2.6	0.0	1.6	0.19	0.29	0.04	0.00	0.02
AH_3 - RINE	1.95	11.80	-0.30	1.04	2.62	0.09	-0.05	0.3	5.1	41.3	0.1	0.0	0.01	0.09	0.58	0.00	0.00
AH_4 - RIUN	8.98	1.78	-0.99	0.15	-0.43	0.29	-0.04	16.5	0.5	5.0	2.9	0.1	0.55	0.01	0.10	0.05	0.00
			CONTRIBUTION CUMULEE =					29.9	36.3	49.0	5.5	2.0					
9 . RIFO																	
AI_1 - RIDI	17.19	0.45	-0.39	0.20	-0.03	-0.23	-0.02	5.0	1.7	0.0	3.5	0.0	0.34	0.09	0.00	0.12	0.00
AI_2 - RIIN	7.81	2.20	0.87	-0.44	0.07	0.51	0.05	10.9	3.6	0.1	7.7	0.1	0.34	0.09	0.00	0.12	0.00
			CONTRIBUTION CUMULEE =					15.9	5.3	0.2	11.2	0.1					
10 . RISM																	
AJ_1 - RISP	21.88	0.14	-0.23	-0.14	0.08	0.01	0.05	2.2	1.1	0.4	0.0	0.2	0.39	0.14	0.04	0.00	0.02
AJ_2 - RISC	3.13	7.00	1.64	0.98	-0.53	-0.08	-0.36	15.7	7.4	2.7	0.1	1.6	0.39	0.14	0.04	0.00	0.02
			CONTRIBUTION CUMULEE =					18.0	8.4	3.1	0.1	1.8					

Tableau 0.37. Coordonnées, contributions et cosinus carrés des modalités actives dans les cinq premiers axes factoriels.

Modalités qui ont présenté des associations : toutes les variables ont présenté au moins une modalité associée avec les références culturelles icono-plastiques.

Nombre de groupes : 4

Description de groupes :

Groupe A : références langagières et médiatiques, nationales, indirectes, thématiques de participation citoyenne, Cardon et centre supérieur de la page.

Groupe B : références liées aux jeux et sports, aux symboles, traditions et religions, à échelle universelle, sous une forme directe, savoir populaire, thématiques de participation citoyenne, période de 1997.

Groupe C : références artistiques et philosophiques, européennes, savoir cultivé, thématiques d'action gouvernementale. A ce groupe s'associent : références liées à la géographie et l'histoire, références indirectes et Cardon.

Groupe D : références non européennes, Lefred-Thouron, pages 6 et 7, cadre inférieur droit et période de 1997.

Le **groupe C** associe les références artistiques et philosophiques à une échelle européenne, à un savoir cultivé et à des thématiques d'action gouvernementale. D'autres modalités ont un rapport à ce groupe, à savoir : des références liées à la géographie et l'histoire, des références indirectes et des dessins de Cardon. Certaines de ces catégories ont été identifiées dans deux dessins déjà présentés (voir Figures 8.35. et 8.36. dans le corps de la thèse), où Cardon se sert du pommier de la campagne présidentielle de J. Chirac en 1995, afin de mettre en évidence le fait qu'il n'a pas tenu ses promesses. La figure 8.35. fait aussi

référence au conte de fées Cendrillon. Le **groupe D** associe des références non européennes aux pages 6 et 7, au dessinateur Lefred-Thouron, et à la période de 1997.

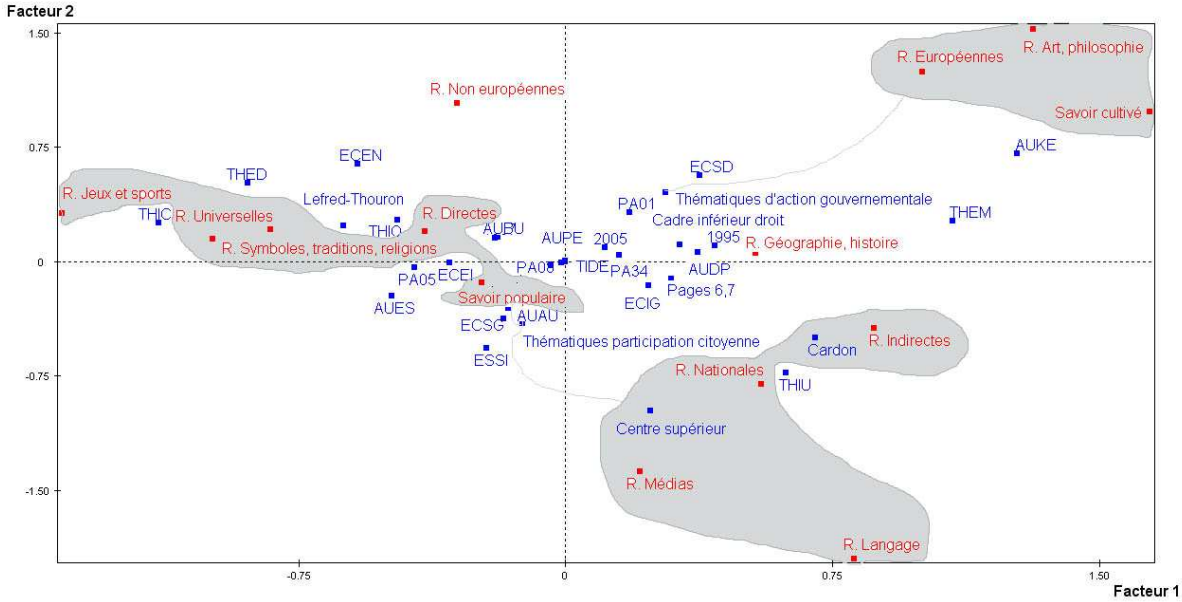


Figure 0.10. Du premier plan factoriel de l'AFCM centrée sur la dimension de références culturelles icono-plastiques, se dégagent trois groupes de modalités. La période, le type d'image, la page, l'emplacement et l'auteur constituent des variables illustratives.

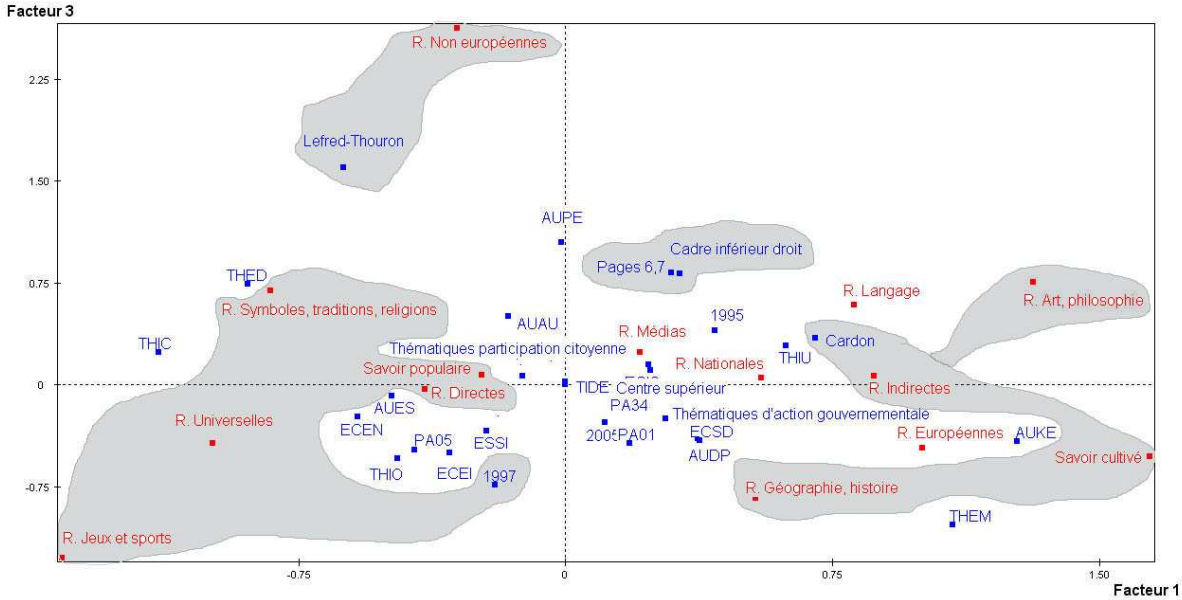


Figure 0.11. Plan factoriel formé par les axes 1/3, dans lequel on peut apprécier deux groupes et deux sous-groupes.

Analyse des associations entre plusieurs dimensions d'analyse

Le personnage : représentation graphique, position énonciative et présence d'autres personnages

TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
AFCM CLASSIFICATION	Nominale active	Personnages représentes	1	12
	Nominale active	Actions	1	5
	Nominale active	Posture du corps	1	4
	Nominale active	Expressions faciales des émotions	1	7
	Nominale active	Prise de parole	1	5
	Nominale active	Vêtements	1	4
	Nominale active	Décor	1	7
	Nominale active	Position énonciative	1	5
	Nominale active	Formalité des gestes	1	2
	Nominale illustrative	Période d'analyse	1	4
	Nominale illustrative	Thématiques abordées	1	8
	Nominale illustrative	Page	1	8
	Nominale illustrative	Emplacement	1	8
	Nominale illustrative	Type d'image	1	2
	Nominale illustrative	Auteur	1	8

Tableau 0.38. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

Echantillon : Le total d'effectifs est de 352, les cas où le personnage n'est pas représenté ont été exclus de l'analyse.

Axes retenus à partir de l'histogramme : Les treize premiers axes factoriels.

HISTOGRAMME DES 39 PREMIERES VALEURS PROPRES

NUMERO	VALEUR PROPRE	POURCENTAGE	POURCENTAGE CUMULE	
1	0.4127	8.47	8.47	**********
2	0.3310	6.79	15.26	********
3	0.2721	5.58	20.84	*******
4	0.2411	4.95	25.78	******
5	0.1920	3.94	29.72	*****
6	0.1850	3.79	33.52	*****
7	0.1814	3.72	37.24	*****
8	0.1691	3.47	40.71	*****
9	0.1602	3.29	43.99	*****
10	0.1549	3.18	47.17	*****
11	0.1497	3.07	50.24	*****
12	0.1452	2.98	53.22	*****
13	0.1424	2.92	56.14	*****
14	0.1304	2.67	58.82	****
15	0.1258	2.58	61.40	****
16	0.1214	2.49	63.89	****
17	0.1189	2.44	66.32	****
18	0.1172	2.40	68.73	****
19	0.1163	2.38	71.11	****
20	0.1113	2.28	73.39	****
21	0.1071	2.20	75.59	****
22	0.1030	2.11	77.70	****
23	0.0971	1.99	79.70	****
24	0.0962	1.97	81.67	****
25	0.0925	1.90	83.57	****
26	0.0899	1.84	85.41	****
27	0.0852	1.75	87.16	***
28	0.0782	1.60	88.76	***
29	0.0756	1.55	90.31	***
30	0.0720	1.48	91.79	***
31	0.0677	1.39	93.18	***
32	0.0588	1.21	94.38	**
33	0.0572	1.17	95.56	**
34	0.0543	1.11	96.67	**
35	0.0456	0.93	97.60	**
36	0.0437	0.90	98.50	**
37	0.0383	0.78	99.28	**
38	0.0310	0.64	99.92	**
39	0.0039	0.08	100.00	*

Figure 0.12. Histogramme de valeurs propres obtenu pour l'AFCM centrée sur le personnage, sa représentation graphique, sa position énonciative et la présence d'autres personnages, avec les pourcentages correspondant aux 39 axes factoriels.

Modalités qui ont présenté des associations : toutes les variables, à l'exception du type d'image, présentent des modalités qui ont atteint la valeur test.

Nombre de classes : 5

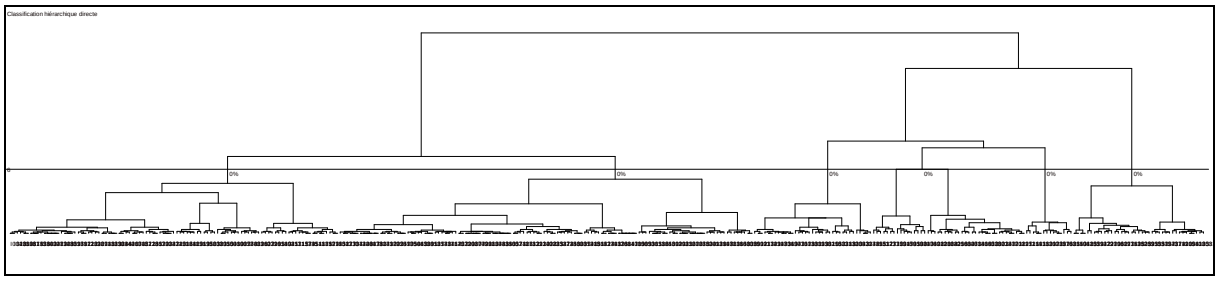


Figure 0.13. Dendrogramme obtenu à partir de l'ACHA. La ligne transversale aux classes indique la coupure en cinq classes.

DECOMPOSITION DE L'INERTIE- CALCULEE SUR 10 AXES

	INERTIES	EFFECTIF	POIDS	DISTANCE
INERTIE INTER-CLASSES	0.7746			
INERTIES INTRA-CLASSE				
CLASSE 1 / 5	0.8142	219	219.00	0.1738
CLASSE 2 / 5	0.1483	35	35.00	1.2425
CLASSE 3 / 5	0.2930	45	45.00	1.2133
CLASSE 4 / 5	0.0633	14	14.00	3.5984
CLASSE 5 / 5	0.2061	39	39.00	2.2092
INERTIE TOTALE	2.2995			

QUOTIENT (INERTIE INTER / INERTIE TOTALE) : 0.3369 - COORDONNEES ET VALEURS-TEST AXES 1 A 5

CLASSES			VALEURS-TEST					COORDONNEES					
IDEN - LIBELLE	EFF.	P.ABS	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	DISTO.
Coupure 'a' de l'arbre en 5 classes													
aa1a - CLASSE 1 / 5	219	219.00	13.7	7.5	3.3	1.0	-1.9	0.37	0.18	0.07	0.02	-0.04	0.17
aa2a - CLASSE 2 / 5	35	35.00	-5.2	0.4	-8.1	-4.1	3.9	-0.53	0.04	-0.68	-0.32	0.27	1.24
aa3a - CLASSE 3 / 5	45	45.00	-2.2	-10.2	-6.3	3.5	-1.1	-0.19	-0.81	-0.46	0.24	-0.07	1.21
aa4a - CLASSE 4 / 5	14	14.00	-1.4	-8.2	3.2	-8.6	1.1	-0.24	-1.23	0.44	-1.11	0.13	3.60
aa5a - CLASSE 5 / 5	39	39.00	-13.1	3.9	7.4	4.0	-0.2	-1.27	0.34	0.58	0.30	-0.02	2.21

Tableau 0.39. Inerties inter et intra-classe, effectifs, distance, coordonnées, et valeurs tests des cinq classes.

Description de classes :

Classe 1 : Parler ou crier ; dialoguer ; travailler ; être débout ; être sérieux ; décor non représenté ; tenues formelles de travail ; phrase assertive ; phrase exclamative ; Chirac et son premier ministre ; Chirac seul ; Kerleroux ; Escaro ; Pétillon ; section supérieure ou inférieure.

Classe 2 : Ecouter ; être surpris ; tenues formelles de travail ; aucune phrase proférée ; salle de travail ; médias ou salle de conférence ; combinaison de modalités : Chirac et des acteurs non politiques ou Chirac avec des acteurs politiques et non politiques ; centre supérieur.

Classe 3 : Jouer ; prise de parole non répertoriable ; être souriant ; gestes informels ; tenues fantaisistes ; contexte fictif ; Chirac avec des acteurs politiques ; thématiques sur des actions gouvernementales, dont la dissolution de l'Assemblée ; Cabu ; page 1 ; 1997.

Classe 4 : Etre assis ; être surpris ; être inquiet ou mal à l'aise, avoir peur ; se reposer/manger, s'entretenir/s'informer, gestes informels, tenues informelles, endroit de vacances ou maison, Chirac et sa famille, combinaison de modalités : Chirac et des acteurs non politiques ou Chirac avec des acteurs politiques et non politiques, Lefred-Thouron, Cabu, pages 6 et 7.

Classe 5 : Se reposer ou manger ; action non répertoriable ; prise de parole non répertoriable ; posture du corps non répertoriable ; expressions faciales des émotions non répertoriable ; aucune phrase proférée ; vêtements non répertoriable ; autre contexte ; Chirac et des gouvernants étrangers ; thématiques sur des actions diplomatiques ; Cabu ; 1995.

Nous présentons la **cinquième classe**, qui n'est pas dans le corps de la thèse car elle apporte d'information déjà présentée ailleurs. Cette classe est composée d'images (13% du total) qui portent sur des actions diplomatiques, dans lesquelles le personnage Chirac est dessiné avec des gouvernants étrangers. Dans certaines images, il se repose ou mange. La modalité « non repértoriable » est présente dans une bonne partie des variables (action, prise de parole, posture du corps, expressions faciales des émotions, position énonciative,

vêtements). Les modalités qui se réfèrent à « autre contexte », au dessinateur Cabu et à la période de 1995, sont présentes dans cette classe. Celle-ci réunit des modalités résiduelles mais met en lumière l'association entre le traitement des actions diplomatiques de la France avec la représentation des gouvernants étrangers et l'année 1995. Cette période présente le pourcentage des sujets diplomatiques le plus élevé à cause des nombreuses activités qui s'y déroulent : le Président fait une visite en Afrique, il participe du 21e sommet des sept pays les plus industrialisés (G7) à Halifax, au Canada, ainsi que du Conseil Européen qui a lieu à Cannes.

Les personnages, leurs rapports, leur proxémique et les thématiques abordées

TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
AFCM CLASSIFICATION	Nominale active	Personnages représentes	1	12
	Nominale active	Proxémique	1	4
	Nominale active	Rapports entre les personnages	1	5
	Nominale active	Thématiques abordées	1	8
	Nominale illustrative	Période d'analyse	1	4
	Nominale illustrative	Page	1	8
	Nominale illustrative	Emplacement	1	8
	Nominale illustrative	Type d'image	1	2
	Nominale illustrative	Auteur	1	8

Tableau 0.40. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

Echantillon : Le total d'effectifs est de 248, les cas où le personnage est représenté seul ou bien où il n'est pas représenté, ont été exclus de l'analyse.

Axes retenus à partir de l'histogramme : Les dix premiers axes factoriels.

HISTOGRAMME DES 18 PREMIERES VALEURS PROPRES

NUMERO	VALEUR PROPRE	POURCENTAGE	POURCENTAGE CUMULE	
1	0.3909	8.69	8.69	**********
2	0.3612	8.03	16.71	*********
3	0.3322	7.38	24.09	********
4	0.3195	7.10	31.20	********
5	0.2992	6.65	37.84	*******
6	0.2829	6.29	44.13	*******
7	0.2754	6.12	50.25	*******
8	0.2722	6.05	56.30	*******
9	0.2514	5.59	61.89	******
10	0.2447	5.44	67.33	******
11	0.2330	5.18	72.50	******
12	0.2235	4.97	77.47	******
13	0.2119	4.71	82.18	*****
14	0.2071	4.60	86.78	*****
15	0.1857	4.13	90.91	*****
16	0.1722	3.83	94.74	*****
17	0.1229	2.73	97.47	****
18	0.1140	2.53	100.00	****

Figure 0.14. Histogramme de valeurs propres obtenu pour l'AFCM centrée sur les personnages, leurs rapports, leur proxémique et les thématiques abordées, avec les pourcentages correspondant aux 18 axes factoriels.

Modalités qui ont présenté des associations : Personnages, thématiques, proxémique, rapport entre les personnages, dessinateurs, pages et emplacements. Ni les périodes, ni le type d'image ni les registres de langue n'apparaissent de manière caractéristique dans aucune des classes. La variable qui se réfère aux personnages représentés est la plus importante pour décrire les classes.

Nombre de classes : 5

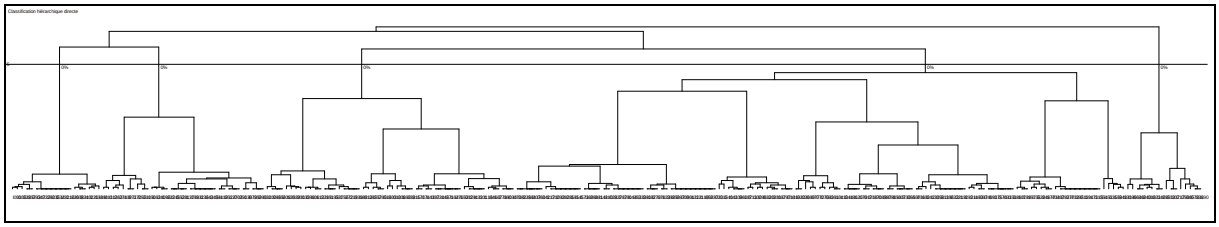


Figure 0.15. Dendrogramme obtenu à partir de l'ACHA. La ligne transversale aux classes indique la coupure en cinq classes.

DECOMPOSITION DE L'INERTIE - CALCULEE SUR 10 AXES

	INERTIES	EFFECTIF	POIDS	DISTANCE
INERTIE INTER-CLASSES	0.9154			
INERTIES INTRA-CLASSE				
CLASSE 1 / 5	0.0598	19	19.00	2.7317
CLASSE 2 / 5	0.2516	34	34.00	1.4318
CLASSE 3 / 5	0.4251	52	52.00	0.7953
CLASSE 4 / 5	1.1922	127	127.00	0.2183
CLASSE 5 / 5	0.1855	16	16.00	3.5852
INERTIE TOTALE	3.0296			

QUOTIENT (INERTIE INTER / INERTIE TOTALE) : 0.3022 - COORDONNEES ET VALEURS-TEST AXES 1 A 5

CLASSES			VALEURS-TEST					COORDONNEES					
IDEN - LIBELLE	EFF.	P.ABS	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	DISTO.
Coupure 'a' de l'arbre en 5 classes													
aa1a - CLASSE 1 / 5	19	19.00	-10.6	4.1	0.1	0.5	-1.0	-1.46	0.54	0.01	0.06	-0.12	2.73
aa2a - CLASSE 2 / 5	34	34.00	2.4	4.7	6.5	5.8	-1.4	0.24	0.45	0.59	0.52	-0.13	1.43
aa3a - CLASSE 3 / 5	52	52.00	0.0	-2.7	6.0	2.6	0.9	0.00	-0.20	0.43	0.18	0.06	0.80
aa4a - CLASSE 4 / 5	127	127.00	1.3	-6.3	-9.1	-4.0	-1.1	0.05	-0.23	-0.33	-0.14	-0.04	0.22
aa5a - CLASSE 5 / 5	16	16.00	5.4	6.1	-0.5	-4.9	3.9	0.82	0.89	-0.07	-0.67	0.51	3.59

Tableau 0.41. Inerties inter et intra-classe, effectifs, distance, coordonnées, et valeurs tests des cinq classes.

Description de classes :

Classe 1 : Chirac et des adversaires politiques, rapport d'antagonisme, page 2.

Classe 2 : Chirac et des acteurs politiques ou bien des acteurs politiques et non politiques, rapport neutre, des thématiques de politique intérieure non spécifiées, pages 6 et 7, Cabu.

Classe 3 : Chirac avec des acteurs politiques, Chirac avec le peuple ou les journalistes, personnages en contact physique, dessinateurs Brito, Guiraud, Potus, Shertman y Wozniak.

Classe 4 : Chirac avec son Premier Ministre, sa famille, ses conseillers, et ses partisans politiques, rapport de collaboration, absence de contact physique, thématiques militaires, Pétillon.

Classe 5 : Chirac et d'autres personnes (gardiens, prêtres, juges et des anonymes), thématique de corruption, pages 3 et 4, cadre supérieur droit, Escaro.

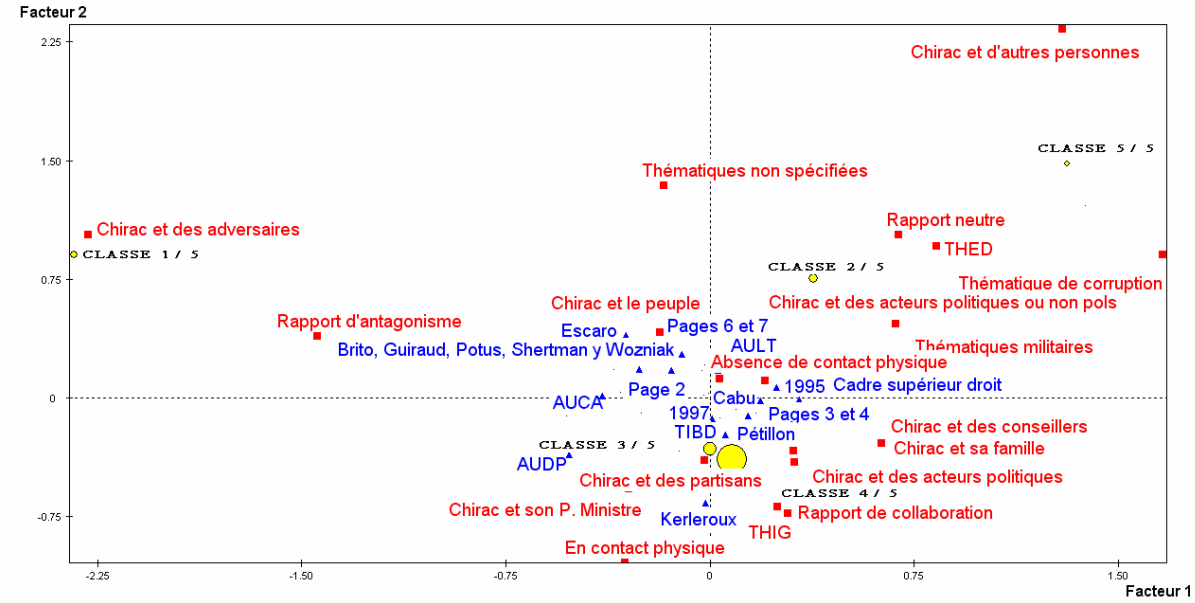


Figure 0.16. Premier plan factoriel avec les cinq classes constituées à partir de l'ACHA. On présente les modalités actives (en rouge) et illustratives (en bleu) qui ont atteint la valeur test. Les modalités qui figurent en sigles n'ont pas atteint la valeur test. L'ensemble des modalités ne présentent pas forcément leurs coordonnées réelles puisqu'on ne présente que les deux premiers axes factoriels.

Des figures rhétoriques spécifiques en fonction des traits de caractère présentés (et viceversa)?

TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
AFCM ACHA	Nominale active	Traits de caractère négatifs	1	11
	Nominale active	Traits de caractère positifs	1	5
	Nominale active	Figures rhétoriques icono-plastiques	1	8
	Nominale active	Figures rhétoriques linguistiques	1	8
	Nominale illustrative	Thématiques abordées	1	8
	Nominale illustrative	Période d'analyse	1	4
	Nominale illustrative	Page	1	8
	Nominale illustrative	Emplacement	1	8
	Nominale illustrative	Type d'image	1	2
	Nominale illustrative	Auteur	1	8
	Nominale illustrative	Registre de langue	1	5

Tableau 0.42. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

Echantillon : Nous avons travaillé avec la totalité d'effectifs, c'est-à-dire, 405 images.

Axes retenus à partir de l'histogramme : Nous avons appliqué initialement une AFCM. Cependant, comme à partir de l'histogramme de valeurs propres, nous n'avons pas détecté un nombre limité d'axes qui présentent une bonne absorption de l'inertie[364], nous avons utilisé une méthode de Classification Hiérarchique Ascendante en considérant l'ensemble d'axes factoriels, soit 28.

```
HISTOGRAMME DES 28 PREMIERES VALEURS PROPRES
+--------+------------+------------+-------------+-------------------------------------------------------------------------+
| NUMERO |   VALEUR   | POURCENTAGE | POURCENTAGE |                                                                         |
|        |   PROPRE   |             |    CUMULE   |                                                                         |
```

[364] Voir section 5.2.2.3. du corps de la thèse.

1	0.4002	5.72	5.72	**********
2	0.3424	4.89	10.61	*********
3	0.3335	4.76	15.37	*********
4	0.3167	4.52	19.90	*********
5	0.3090	4.41	24.31	*********
6	0.3065	4.38	28.69	*********
7	0.3044	4.35	33.04	*********
8	0.2967	4.24	37.28	********
9	0.2856	4.08	41.35	********
10	0.2810	4.01	45.37	********
11	0.2781	3.97	49.34	********
12	0.2683	3.83	53.18	********
13	0.2606	3.72	56.90	********
14	0.2503	3.58	60.47	********
15	0.2446	3.49	63.97	********
16	0.2391	3.42	67.38	********
17	0.2324	3.32	70.70	********
18	0.2227	3.18	73.89	********
19	0.2160	3.09	76.97	********
20	0.2095	2.99	79.96	********
21	0.2043	2.92	82.88	********
22	0.2002	2.86	85.74	********
23	0.1875	2.68	88.42	********
24	0.1788	2.55	90.98	********
25	0.1733	2.48	93.45	********
26	0.1729	2.47	95.92	********
27	0.1620	2.31	98.24	********
28	0.1234	1.76	100.00	********

Figure 0.17. Histogramme de valeurs propres obtenu pour l'AFCM centrée sur les traits de caractère et les figures rhétoriques, avec les pourcentages correspondant aux 28 axes factoriels.

Modalités qui ont présenté des associations : une grande variété de traits de caractère négatifs et positifs ainsi que des figures rhétoriques icono-plastiques et linguistiques. Quelques dessinateurs, les deux types d'image, certains emplacements, pages et thématiques abordées. Une seule modalité qui se réfère aux personnages représentés. Aucune période d'analyse.

Nombre de classes : 7

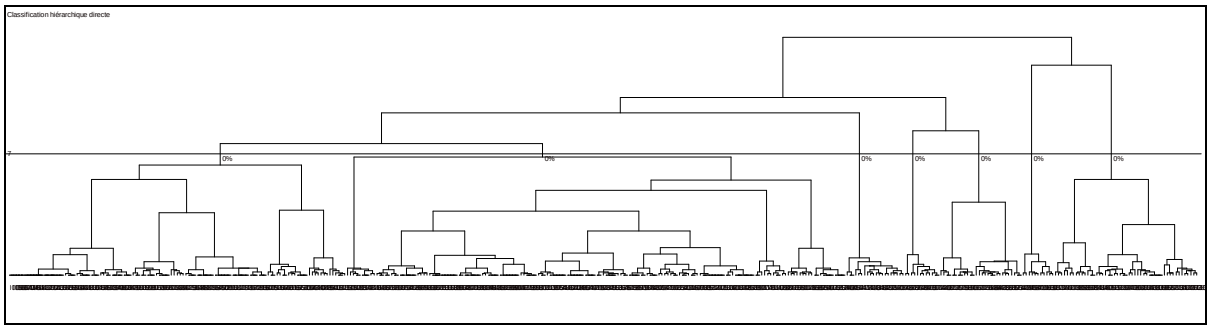


Figure 0.18. Dendrogramme obtenu à partir de l'ACHA. La ligne transversale aux classes indique la coupure en sept classes.

DECOMPOSITION DE L'INERTIE - CALCULEE SUR 10 AXES

	INERTIES	EFFECTIF	POIDS	DISTANCE
INERTIE INTER-CLASSES	1.0542			
INERTIES INTRA-CLASSE				

	CLASSE 1 / 7	0.5668	115	115.00	0.2867
	CLASSE 2 / 7	0.8267	170	170.00	0.2389
	CLASSE 3 / 7	0.0864	20	20.00	3.2520
	CLASSE 4 / 7	0.0564	12	12.00	4.9538
	CLASSE 5 / 7	0.1691	28	28.00	2.2605
	CLASSE 6 / 7	0.0554	11	11.00	7.8680
	CLASSE 7 / 7	0.3607	49	49.00	1.6133
INERTIE TOTALE		3.1758			

QUOTIENT (INERTIE INTER / INERTIE TOTALE) : 0.3320 - COORDONNEES ET VALEURS-TEST AXES 1 A 5

CLASSES			VALEURS-TEST					COORDONNEES					
IDEN - LIBELLE	EFF.	P.ABS	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	DISTO.
Coupure 'a' de l'arbre en 7 classes													
aa1a - CLASSE 1 / 7	115	115.00	3.0	-7.0	-1.8	-5.5	-2.2	0.15	-0.33	-0.08	-0.24	-0.10	0.29
aa2a - CLASSE 2 / 7	170	170.00	-8.7	0.2	7.1	0.1	6.2	-0.32	0.01	0.24	0.00	0.20	0.24
aa3a - CLASSE 3 / 7	20	20.00	1.2	6.0	-1.2	-4.2	2.3	0.16	0.76	-0.15	-0.51	0.27	3.25
aa4a - CLASSE 4 / 7	12	12.00	-0.4	0.0	1.4	1.1	-5.4	-0.08	0.00	0.24	0.17	-0.85	4.95
aa5a - CLASSE 5 / 7	28	28.00	-3.2	3.2	-5.3	-3.4	-6.3	-0.37	0.34	-0.55	-0.35	-0.64	2.26
aa6a - CLASSE 6 / 7	11	11.00	9.5	2.9	9.0	1.1	-1.5	1.79	0.50	1.55	0.19	-0.24	7.87
aa7a - CLASSE 7 / 7	49	49.00	6.3	1.5	-8.6	11.6	0.6	0.53	0.12	-0.67	0.88	0.04	1.61

Tableau 0.43. Inerties inter et intra-classe, effectifs, distance, coordonnées, et valeurs tests des sept classes.

Description de classes :

Classe 1 : charismatique et empathique ; 3 ou 4 traits négatifs ; absence de traits négatifs ; menteur, opportuniste et un autre trait négatif ; mauvaise aptitude communicationnelle et empathique ; absence de figures icono-plastiques ; figures linguistiques de construction ; métaphores créatives linguistiques ; figures linguistiques de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées ; Pétillon.

Classe 2: absence de traits positifs ; fiable ; instable et irrationnel ; malhonnête ; menteur et opportuniste ; indécis, déloyal et frivole ; dépourvu d'autorité et impopulaire ; combinaison de traits « inefficace » et « impopulaire » seuls ou avec un autre trait négatif ; absence de figures icono-plastiques ; figures icono-plastiques de construction ; figures icono-plastiques de pensée ; 2 figures linguistiques ; figures linguistiques de pensée ; *strips* ; Lefred-Thouron et Pétillon.

Classe 3 : 2-4 figures icono-plastiques ; Cabu ; thématiques mixtes ; et Chirac et des acteurs politiques.

Classe 4 : compétent.

Classe 5 : d'autre/s trait/s positif/s ; absence de traits négatifs ; métaphores créatives linguistiques ; thématiques d'action gouvernementales ; page 5.

Classe 6 : combinaison de figures icono-plastiques de contiguïté, métaphores figées, lexicalisées et créatives et de double sens ; combinaison de figures icono-plastiques de double sens, métaphores créatives et de pensée ; figures linguistiques de mots et de double sens ; Escaro ; caricatures ; cadre supérieur gauche ; page 2.

Classe 7 : mauvaise aptitude communicationnelle et empathique ; figures icono-plastiques de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées ; 3 ou + de figures linguistiques ; registre familier.

Nous présentons ici une classe, la septième, qui n'est pas dans le corps de la thèse car elle n'apporte pas d'information très significative. Elle est constituée par 7% d'images et se caractérise par des associations entre la présence de trois ou plus de figures linguistiques dans un même dessin, dont le registre de langue familier est caractéristique, et le recours aux

figures icono-plastiques de contiguïté et/ou des métaphores figées et lexicalisées. Ceci veut dire qu'une densité importante de figures dans le texte écrit est parfois accompagnée des métonymies, synecdoques, symboles et métaphores figées et lexicalisées dans le visuel. En plus, on constate un rapport entre la représentation de Jacques Chirac comme ayant une mauvaise aptitude communicationnelle et empathique (non diplomatique, non convaincant, fait un spectacle de la politique, insensible) et l'utilisation de plusieurs figures linguistiques (trois ou plus).

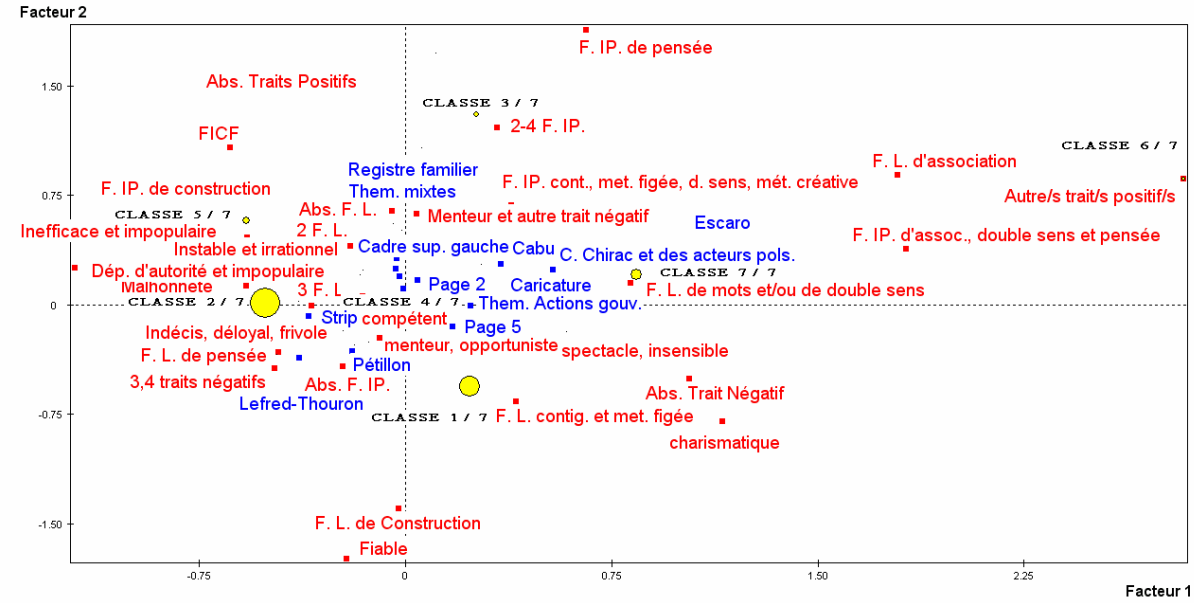


Figure 0.19. Premier plan factoriel avec les sept classes constituées à partir de l'ACHA. On présente les modalités actives (en rouge) et illustratives (en bleu) qui ont atteint la valeur test. L'ensemble des modalités ne présente pas forcément leurs coordonnées réelles puisqu'on ne présente que les deux premiers axes factoriels.

Analyse des associations entre toutes les dimensions et ses catégories

TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
AFCM CLASSIFICATION	Nominale active	Personnages représentes	1	12
	Nominale active	Thématiques abordées	1	8
	Nominale active	Rapports entre les personnages	1	5
	Nominale active	Traits de caractère négatifs	1	11
	Nominale active	Traits de caractère positifs	1	5
	Nominale active	Actions	1	5
	Nominale active	Posture du corps	1	4
	Nominale illustrative	Formalité de gestes	1	2
	Nominale active	Expressions faciales des émotions	1	7
	Nominale active	Prise de parole	1	5
	Nominale active	Vêtements	1	4
	Nominale active	Décor	1	7
	Nominale active	Position énonciative	1	5
	Nominale illustrative	Registre de langue	1	5
	Nominale active	Figures rhétoriques icono-plastiques	1	8
	Continue	Nombre de figures icono-plastiques totales par individu	1	
	Nominale active	Figures rhétoriques linguistiques	1	8
	Continue	Nombre de figures linguistiques totales par individu	1	
	Nominale active	Références culturelles linguistiques et icono-plastiques	5	26
	Nominale illustrative	Période d'analyse	1	4
	Nominale illustrative	Page	1	8
	Nominale illustrative	Emplacement	1	8
	Nominale illustrative	Type d'image	1	2
	Nominale illustrative	Auteur	1	8

Tableau 0.44. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

Echantillon : Nous avons réalisé deux ACHA, le premier avec la totalité d'effectifs, c'est-à-dire, 405 images.

Axes retenus à partir de l'histogramme : A partir de l'histogramme, nous avons sélectionné tous les axes factoriels.

Nombre de classes : 5

Description de classes : Le plan factoriel montre, dans un extrême, un groupe de modalités qui portent sur les cas où le personnage n'est pas représenté dans les images. Ceci cause un entassement des autres modalités affectant leur contribution aux axes, comme on peut le voir dans la Figure 8.20. Afin d'avoir une meilleure représentation de la plupart des modalités, nous avons alors effectué une deuxième analyse en filtrant les images dans lesquelles le personnage n'est pas dessiné.

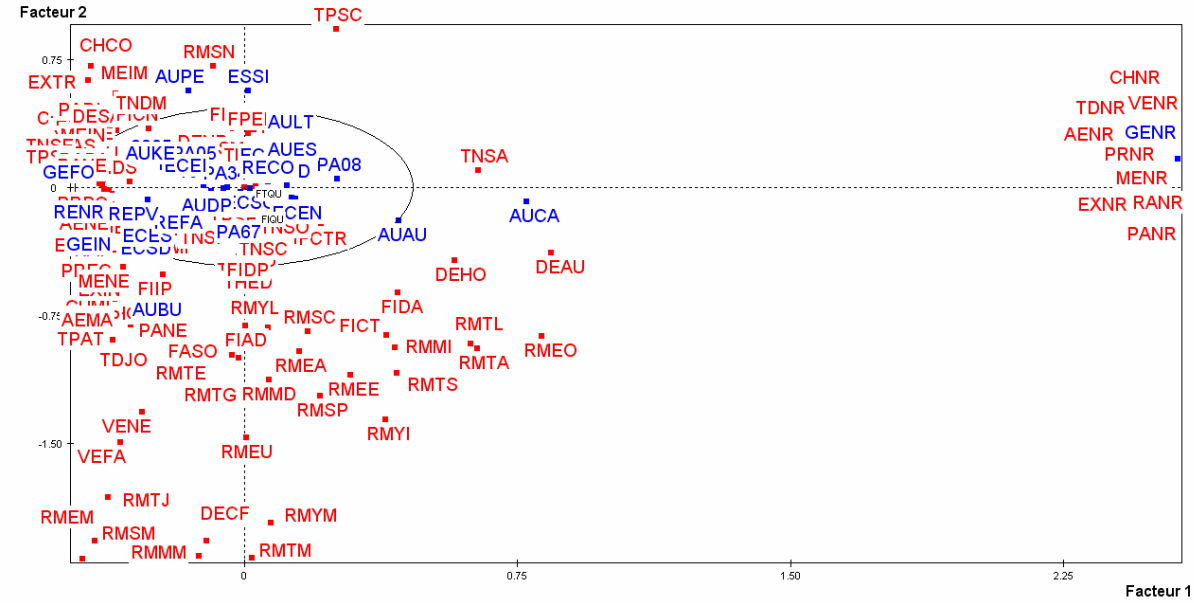


Figure 0.20. Premier plan factoriel de l'analyse globale, où l'on peut voir la concentration des modalités portant sur l'absence de représentation du personnage Chirac dans le même vecteur, situé à l'extrême droit du plan.

Echantillon : nous avons travaillé avec 352 images, les cas où J. Chirac n'est pas dessiné furent exclus de l'analyse.

Axes retenus à partir de l'histogramme : tous.

HISTOGRAMME DES101 PREMIERES VALEURS PROPRES

NUMERO	VALEUR PROPRE	POURCENTAGE	POURCENTAGE CUMULE	
1	0.2848	5.92	5.92	**********
2	0.2062	4.29	10.21	*******
3	0.1938	4.03	14.24	*******
4	0.1599	3.33	17.56	******
5	0.1488	3.09	20.66	******
6	0.1308	2.72	23.38	*****
7	0.1121	2.33	25.71	*****
8	0.1004	2.09	27.80	*****
9	0.0955	1.99	29.78	*****
10	0.0933	1.94	31.72	*****
11	0.0893	1.86	33.58	*****
12	0.0864	1.80	35.38	*****
13	0.0853	1.77	37.15	*****
14	0.0847	1.76	38.91	*****
15	0.0805	1.67	40.58	*****
16	0.0795	1.65	42.24	*****
17	0.0759	1.58	43.81	*****
18	0.0747	1.55	45.37	*****
19	0.0731	1.52	46.88	*****
20	0.0713	1.48	48.37	*****
21	0.0707	1.47	49.84	*****
22	0.0689	1.43	51.27	*****
23	0.0669	1.39	52.66	*****
24	0.0650	1.35	54.01	*****
25	0.0649	1.35	55.36	*****
26	0.0623	1.30	56.65	*****
27	0.0614	1.28	57.93	*****
28	0.0607	1.26	59.19	*****
29	0.0587	1.22	60.41	*****
30	0.0585	1.22	61.63	*****
31	0.0556	1.16	62.79	*****
32	0.0540	1.12	63.91	*****
33	0.0535	1.11	65.02	*****
34	0.0532	1.11	66.13	*****
35	0.0517	1.08	67.20	*****
36	0.0506	1.05	68.26	*****
37	0.0501	1.04	69.30	*****
38	0.0491	1.02	70.32	*****

Figure 0.21. Extrait de l'histogramme de valeurs propres obtenu pour l'AFCM globale, avec les pourcentages correspondant aux 38 premiers axes factoriels.

Nombre de classes de ce deuxième analyse : 6

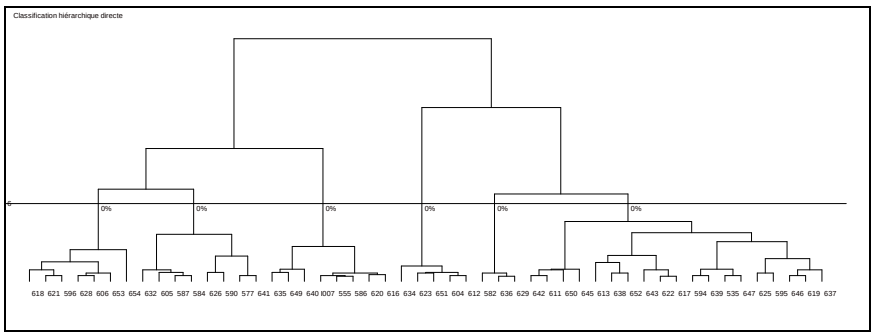


Figure 0.22. Dendrogramme obtenu à partir de l'ACHA. La ligne transversale aux classes indique la coupure en six classes.

DECOMPOSITION DE L'INERTIE - CALCULEE SUR 10 AXES

	INERTIES	EFFECTIF	POIDS	DISTANCE
INERTIE INTER-CLASSES	0.6824			
INERTIES INTRA-CLASSE				
CLASSE 1 / 6	0.1424	123	123.00	0.2805
CLASSE 2 / 6	0.1441	72	72.00	0.4069
CLASSE 3 / 6	0.1097	41	41.00	0.8901
CLASSE 4 / 6	0.0502	16	16.00	3.7196
CLASSE 5 / 6	0.0195	10	10.00	3.4797
CLASSE 6 / 6	0.3773	90	90.00	0.5067
INERTIE TOTALE	1.5257			

QUOTIENT (INERTIE INTER / INERTIE TOTALE) : 0.4473 - COORDONNEES ET VALEURS-TEST AXES 1 A 5

CLASSES			VALEURS-TEST					COORDONNEES					
IDEN - LIBELLE	EFF.	P.ABS	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	DISTO.
Coupure 'a' de l'arbre en 6 classes													
aa1a - CLASSE 1 / 6	123	123.00	-11.0	-0.7	6.2	-7.0	-4.3	-0.43	-0.02	0.20	-0.20	-0.12	0.28
aa2a - CLASSE 2 / 6	72	72.00	-5.1	-7.1	-5.4	4.7	6.3	-0.29	-0.34	-0.25	0.20	0.26	0.41
aa3a - CLASSE 3 / 6	41	41.00	-0.2	8.6	4.4	7.7	5.9	-0.02	0.57	0.28	0.46	0.34	0.89
aa4a - CLASSE 4 / 6	16	16.00	8.2	-8.8	8.7	6.9	-5.1	1.07	-0.97	0.93	0.67	-0.48	3.72
aa5a - CLASSE 5 / 6	10	10.00	7.1	-2.0	0.9	-8.6	6.4	1.19	-0.28	0.12	-1.07	0.76	3.48
aa6a - CLASSE 6 / 6	90	90.00	10.3	6.0	-9.5	-2.4	-5.4	0.50	0.25	-0.38	-0.09	-0.19	0.51

Figure 0.23. Inerties inter et intra-classe, effectifs, distance, coordonnées, et valeurs tests des six classes.

Modalités qui ont présenté des associations : à l'exception du type d'image et des traits négatifs, toutes les variables ont des modalités qui font partie des classes.

Description de classes :

Classe 1: Chirac et son Premier Ministre, Chirac et ses conseillers, tenues formelles de travail, travailler, dialoguer, être débout, être sérieux, être triste, phrases exclamatives, geste formel, bureau présidentiel ou salle de travail, absence de contact, rapport neutre, rapport d'antagonisme, rapport de collaboration, charismatique et empathique, absence de figures icono-plastiques, absence de référence culturelle, Pétillon, section supérieure ou inférieure de la page, registre courant.

Classe 2: Chirac seul, parler, décor non représenté, absence de rapport, absence de référence culturelle, Kerleroux, 1995. Les variables « posture du corps, actions, prise de parole et proxémique » sont présentes sous leur modalité « non repértoriable ».

Classe 3: Chirac et sa famille, tenues informelles, écouter, position énonciative non répertoriable, être surpris, être inquiet, être assis, se reposer ou manger, consommer des médias, gestes informels, maison ou endroit de vacances, rapport de collaboration, absence de contact, absence de traits positifs, figures linguistiques de pensée, Lefred-Thouron, Cabu, pages 6 et 7.

Classe 4: Chirac et des acteurs politiques ou Chirac avec des acteurs politiques et non politiques, tenues fantaisistes, jouer, prise de parole non répertoriable, métaphores créatives icono-plastiques et de double sens, figures de pensée icono-plastiques, références culturelles mixtes, Cabu.

Classe 5: Chirac et des acteurs politiques, tenues fantaisistes, jouer, être souriant, gestes informels, contexte fictif, rapport neutre, thématiques d'action gouvernementale, métaphores créatives linguistiques et icono-plastiques, figures de double sens icono-plastiques, combinaison entre figures de contiguïté et/ou métaphores figées et lexicalisées et symboles icono-plastiques et métaphores créatives icono-plastiques et/ou de double sens, références icono-plastiques et mixtes, références sur des jeux et sports, références européennes, mode directe, savoir populaire, Cabu, 1997.

Classe 6: Chirac et des gouvernants étrangers, autre contexte, combinaison double de figures linguistiques, références linguistiques et icono-plastiques, à échelle nationale, européenne et non européenne, thèmes : art et philosophie, géographie et histoire, langage, symboles et traditions et médias ; mode directe et indirecte, savoir populaire et cultivé, page deux.

Associée au chapitre 11 : Les recours de l'humour et de la satire politiques

L'interaction linguistique et icono-plastique dans la production des caricatures politiques dans Le Canard enchaîné et Sátira/12

TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
AFCM	Nominale active	Fonctions L- IP	1	5
	Nominale active	Figures rhétoriques L-IP	1	7
ACHA	Nominale illustrative	Groupes de Figures rhétoriques L	8	16
	Nominale illustrative	Groupes de Figures rhétoriques IP	7	14
	Nominale illustrative	Journal	1	2
	Nominale illustrative	Périodes d'analyse	1	4
	Nominale illustrative	Auteur	1	15

Tableau 0.1. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

Echantillon : Nous avons pris le total de caricatures politiques de deux périodes équivalentes pour le CE et S/12 (début du premier mandat présidentiel et réélection) : 276.

Axes retenus à partir de l'histogramme : Les dix premiers axes factoriels.

HISTOGRAMME DES 10 PREMIERES VALEURS PROPRES

NUMERO	VALEUR PROPRE	POURCENTAGE	POURCENTAGE CUMULE	
1	0.9070	18.14	18.14	**********
2	0.6384	12.77	30.91	*******
3	0.5716	11.43	42.34	******
4	0.5245	10.49	52.83	******
5	0.5000	10.00	62.83	******
6	0.5000	10.00	72.83	******
7	0.4755	9.51	82.34	******
8	0.4284	8.57	90.91	*****
9	0.3616	7.23	98.14	*****
10	0.0930	1.86	100.00	****

Figure 0.1. Histogramme de valeurs propres obtenu pour l'AFCM centrée sur le rapport verbal-visuel dans les caricatures politiques, avec les pourcentages correspondant aux 10 axes factoriels.

Nombre de classes : 6

DECOMPOSITION DE L'INERTIE
CALCULEE SUR 6 AXES

	INERTIES	EFFECTIF	POIDS	DISTANCE
INERTIE INTER-CLASSES	2.5221			
INERTIES INTRA-CLASSE				
CLASSE 1 / 6	0.2367	51	51.00	2.1237
CLASSE 2 / 6	0.0000	128	128.00	0.8260
CLASSE 3 / 6	0.0541	10	10.00	12.5112
CLASSE 4 / 6	0.1950	41	41.00	2.7166
CLASSE 5 / 6	0.5641	34	34.00	3.4613
CLASSE 6 / 6	0.0695	12	12.00	10.6578
INERTIE TOTALE	3.6415			

QUOTIENT (INERTIE INTER / INERTIE TOTALE) : 0.6926
COORDONNEES ET VALEURS-TEST
AXES 1 A 5

CLASSES			VALEURS-TEST					COORDONNEES					
IDEN - LIBELLE	EFF.	P.ABS	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	DISTO.
Coupure 'a' de l'arbre en 6 classes													
aa1a - CLASSE 1 / 6	51	51.00	-1.4	10.9	-6.7	-7.0	1.0	-0.17	1.10	-0.64	-0.64	0.09	2.12
aa2a - CLASSE 2 / 6	128	128.00	13.9	-4.1	2.8	0.6	-3.5	0.86	-0.21	0.14	0.03	-0.16	0.83
aa3a - CLASSE 3 / 6	10	10.00	-4.1	-0.2	-4.6	4.2	-6.6	-1.20	-0.06	-1.07	0.96	-1.46	12.51
aa4a - CLASSE 4 / 6	41	41.00	-8.0	3.7	10.3	1.4	1.8	-1.10	0.42	1.13	0.14	0.19	2.72
aa5a - CLASSE 5 / 6	34	34.00	-5.3	-8.3	-4.3	0.3	10.3	-0.81	-1.07	-0.52	0.03	1.17	3.46
aa6a - CLASSE 6 / 6	12	12.00	-5.1	-3.5	-1.0	5.1	-7.2	-1.36	-0.80	-0.21	1.05	-1.44	10.66

Tableau 0.2. Coordonnées, et valeurs tests des six classes.

Modalités qui ont présenté des associations : on observe diverses associations entre la plupart des catégories correspondant aux deux principales dimensions d'analyse de cette étude (Fonctions L-IP et Figures rhétoriques L-IP): les catégories Jeu L et Figures L; les catégories Illustration et Figures IP $\subset$ L; et les catégories Complémentarité, Contradiction et Jeu IP, Figures L$\neq$IP, Figures L=IP, Figures L $\cap$ IP et Figures IP (pour le traitement statistique, cette dernière dimension a été regroupée avec Figures L $\subset$ IP étant donné sa faible fréquence ainsi que sa proximité conceptuelle).

Description de classes :

Classe I: Jeu linguistique. C'est la classe la plus nombreuse (elle comprend 46% des caricatures analysées) et la plus homogène (indice d'homogénéité <0,000001). Elle se caractérise par les catégories qui suivent : le jeu linguistique dans la production de sens; la présence exclusive de figures linguistiques, dont on distingue les figures de pensée et les figures de construction; le journal *S/12* ; et quatre auteurs (Lefred-Thouron et Pétillon du journal français ; et Rudy et Paz, Rudy et Toul, du journal argentin).

Classe II: Ilustration. Elle comprend 18% des caricatures et elle se caractérise par : le jeu linguistique et l'illustration et le renforcement icono-plastiques, la présence des figures rhétoriques en commun et en plus d'autres figures linguistiques ; et des métaphores fixes linguistiques.

Classe III: Complémentarité et contradiction. Elle comprend 15% des caricatures et elle se caractérise par : la complémentarité et la contradiction; la présence de figures linguistiques et icono-plastiques différentes, dont on distingue l'ironie verbale et ses variantes, les figures visuelles de pensée et les métaphores créatives visuelles; le *CE*; et l'auteur Cabu, de ce journal.

Classe IV: Jeu icono-plastique accentué. C'est la classe la plus hétérogène (indice d'homogéneité = 0,564). Elle comprend 12% des caricatures et se caractérise par : le jeu icono-plastique; la présence exclusive de figures visuelles, dont se détachent les métaphores fixes, les métaphores créatives et l'ironie et ses variantes; et l'auteur Cardon du journal français.

Classe V: Jeu icono-plastique attenué. Elle comprend 5% des caricatures et elle se caractérise par : le jeu icono-plastique ; la présence de figures linguistiques et icono-plastiques en commun et en plus d'autres figures verbales et visuelles différentes ; parmi les figures verbales on distingue celles de double sens alors que parmi les visuelles se détachent les figures de pensée et les métaphores créatives.

Classe VI: Uniformité. C'est la classe la moins nombreuse (4% des caricatures). Elle se caractérise par : la présence des mêmes figures verbales et visuelles, dont on distingue les métaphores créatives; et l'auteur Cabu.

Associée au chapitre 12 : Le portrait du Président

Techniques pour compenser le positif

La guerre en Irak

Paroles de la chanson de Rolling Stones« Jumping Jack Flash »

I was drowned, I was washed up and left for dead.
I fell down to my feet and I saw they bled.
I frowned at the crumbs of a crust of bread.
Yeah, yeah, yeah
I was crowned with a spike right thru my head.
But it's all right now, in fact, it's a gas!
But it's all right, I'm Jumpin' Jack Flash,
It's a Gas! Gas! Gas!

On m'a noyé, mon corps a dérivé et on m'a laissé pour mort
Je suis tombé par terre et j'ai vu mes pieds saigner
J'ai froncé les sourcils devant les miettes d'un croûton de pain
On m'a couronné, avec une pointe enfoncée à travers ma tête
Mais tout va bien maintenant, en fait c'est le pied
Mais tout va bien maintenant
Je suis Jack bondissant tel l'éclair ça gaze gaze gaze

Images citées dans le corps de la thèse

Figure 0.1. Pétillon, 12/02/2003, p.5.

Figure 0.2. (a) A gauche, Cabu, 12/02/2003, p.8. **(b)** A droite, Cabu, 19/02/2003, p.5.

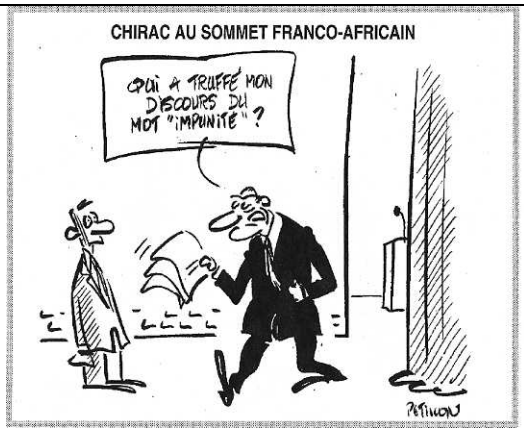


Figure 0.3. (a) A gauche, Cabu, 12/02/2003, p.8. **(b)** A droite, Cabu, 19/02/2003, p.5.

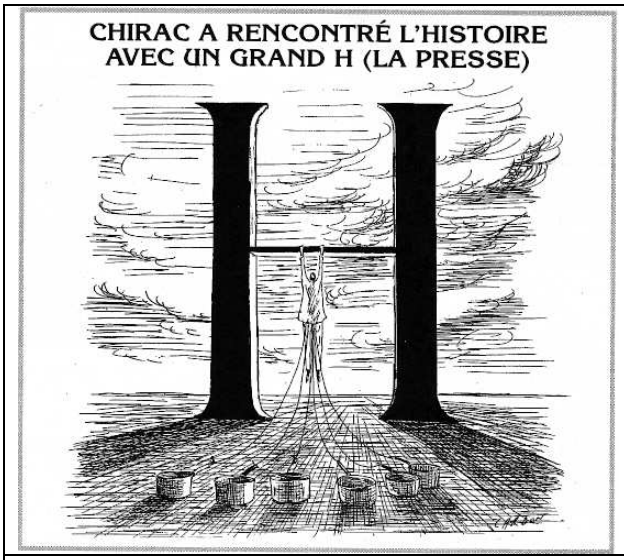


Figure 0.4. (a) A gauche, Cardon, 19/02/2003, p.8. **(b)** A droite, Pétillon, 19/03/2003, p.3.

Figure 0.5. A gauche, Lefred-Thouron, 26/03/2003, p.1.

Le phénomène de personnalisation à travers les traits de caractère

Analyse Factorielle de Correspondances Simples: des traits de caractère selon les périodes

TYPE D'ANALYSE	TYPE DE VARIABLE/S	NOM DE DIMENSION OU DE VARIABLE	NOMBRE DE VARIABLES	NOMBRE DE MODALITES
AFCS	Nominale active	Traits de caractère négatifs	10	20
	Nominale active	Période d'analyse	1	4

Tableau 0.1. Dimensions, variables et modalités considérées dans ce traitement statistique.

Echantillon : Compte tenu de la faible présence des traits de personnalité positifs dans les titres considérés, nous n'avons retenu que les traits négatifs pour faire l'AFCS. Les deux variables avec lesquelles nous avons travaillé sont donc les périodes d'analyse (avec quatre modalités : 1995, 1997, 2002 et 2005) et les traits négatifs avec dix modalités (« Peu lucide et incapable » « Inefficace », « Malhonnête et immoral », « Menteur, opportuniste », « Instable

et irrationnel », « Déloyal », « Indécis et influençable », « Mauvaise communication », « Dépourvu d'autorité » et « Impopulaire ») au lieu de quatorze comme nous l'avons présenté dans la table 7.1. car les quatre modalités restantes présentaient des fréquences trop baisses.

Axes retenus à partir de l'histogramme : Comme le troisième axe apportait d'information d'intérêt, nous avons considéré les trois axes factoriels pour analyser les résultats.

HISTOGRAMME DES 3 PREMIERES VALEURS PROPRES

NUMERO	VALEUR PROPRE	POURCENTAGE	POURCENTAGE CUMULE	
1	0.1751	61.58	61.58	**********
2	0.0789	27.75	89.33	**********
3	0.0303	10.67	100.00	**********

Figure 0.6. Histogramme de valeurs propres obtenu pour l'AFCS portant sur la dimension « traits de caractères » et la période, avec les pourcentages correspondant aux trois axes factoriels.

COORDONNEES, CONTRIBUTIONS DES FREQUENCES SUR LES AXES 1 A 3 - FREQUENCES ACTIVES

	FREQUENCES		COORDONNEES					CONTRIBUTIONS					COSINUS CARRES				
IDEN - LIBELLE COURT	P.REL	DISTO	1	2	3	0	0	1	2	3	0	0	1	2	3	0	0
C2 - COEN	12.75	0.45	-0.64	0.20	0.00	0.00	0.00	30.0	6.5	0.0	0.0	0.0	0.91	0.09	0.00	0.00	0.00
C3 - COIN	6.77	0.38	-0.13	0.57	0.19	0.00	0.00	0.7	28.3	7.6	0.0	0.0	0.05	0.86	0.09	0.00	0.00
C4 - INON	19.12	0.45	0.65	0.17	-0.01	0.00	0.00	46.3	6.7	0.1	0.0	0.0	0.94	0.06	0.00	0.00	0.00
C5 - INSN	13.15	0.08	0.28	-0.05	-0.04	0.00	0.00	5.8	0.5	0.8	0.0	0.0	0.94	0.04	0.02	0.00	0.00
C6 - FISN	10.76	0.16	-0.38	-0.11	0.05	0.00	0.00	8.9	1.5	0.9	0.0	0.0	0.91	0.07	0.02	0.00	0.00
C7 - FICN	3.98	0.02	-0.10	0.06	0.07	0.00	0.00	0.2	0.2	0.7	0.0	0.0	0.53	0.20	0.28	0.00	0.00
C9 - FILN	3.98	0.23	0.30	-0.12	0.35	0.00	0.00	2.1	0.8	16.3	0.0	0.0	0.40	0.07	0.54	0.00	0.00
C11 - CECN	10.76	0.10	-0.29	-0.10	0.10	0.00	0.00	5.0	1.4	3.5	0.0	0.0	0.80	0.10	0.10	0.00	0.00
C12 - CEUN	7.57	0.58	0.06	-0.75	0.13	0.00	0.00	0.2	53.5	4.1	0.0	0.0	0.01	0.96	0.03	0.00	0.00
C14 - CEPN	11.16	0.20	-0.10	-0.07	-0.42	0.00	0.00	0.7	0.7	66.1	0.0	0.0	0.06	0.03	0.92	0.00	0.00

COORDONNEES, CONTRIBUTIONS ET COSINUS CARRES DES INDIVIDUS AXES 1 A 3

	INDIVIDUS		COORDONNEES					CONTRIBUTIONS					COSINUS CARRES				
IDENTIFICATEUR	P.REL	DISTO	1	2	3	0	0	1	2	3	0	0	1	2	3	0	0
1995	33.07	0.16	0.04	-0.40	0.00	0.00	0.00	0.2	66.7	0.0	0.0	0.0	0.01	0.99	0.00	0.00	0.00
1997	15.54	0.35	-0.44	0.19	0.34	0.00	0.00	17.4	7.1	60.0	0.0	0.0	0.56	0.10	0.34	0.00	0.00
2002	32.67	0.30	0.50	0.22	-0.02	0.00	0.00	47.2	19.6	0.5	0.0	0.0	0.84	0.16	0.00	0.00	0.00
2005	18.73	0.42	-0.57	0.17	-0.25	0.00	0.00	35.1	6.7	39.5	0.0	0.0	0.78	0.07	0.15	0.00	0.00

Tableau 0.2. Coordonnées, contributions et cosinus carrés des modalités de l'AFCS.

Nombre de groupes : 3

Modalités qui ont présenté des associations : toutes les périodes et les traits « inefficace », « malhonnête et immoral », « peu lucide et incapable », « dépourvu d'autorité », « déloyal », « impopulaire ».

Description de groupes :

Le **groupe A** est constitué par la période comprise en 1995 et par les traits « dépourvu d'autorité » et « déloyal », ce dernier étant partagé avec le groupe C.

Le **groupe B** comprend les périodes en 1997 et 2005 et les traits « inefficace » et « peu lucide et incapable ». La période de 2005 est aussi associée à la modalité « impopulaire ».

Le **groupe C** est caractérisé par la période 2002 et par les traits « malhonnête et immoral » et « déloyal », ce dernier étant partagé avec le groupe A.

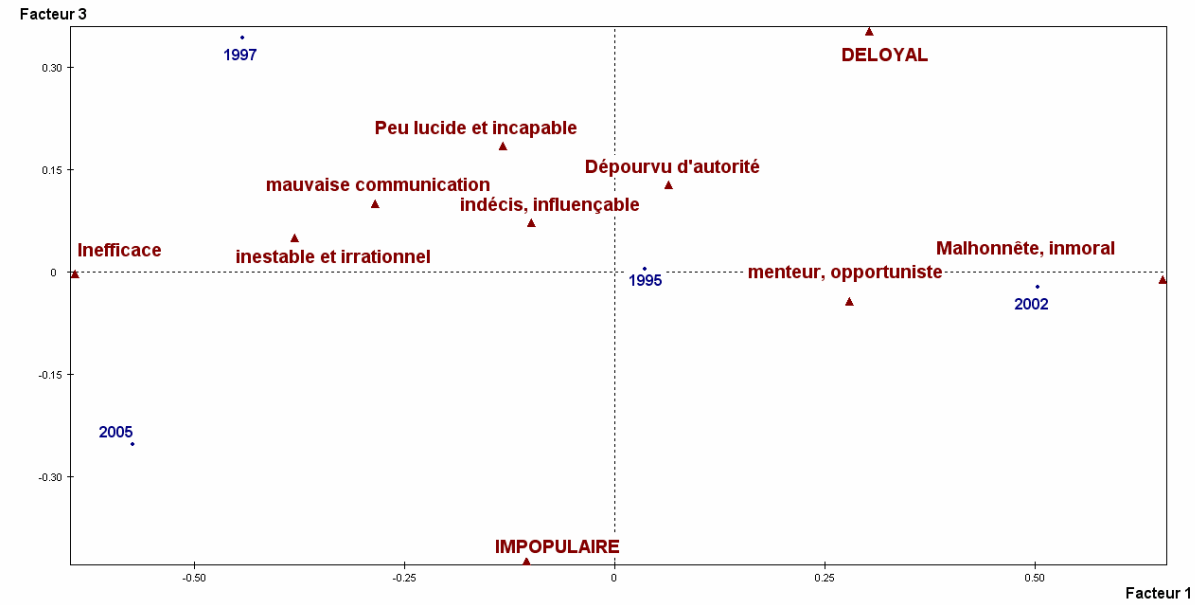


Figure 0.7. Le graphique correspond aux axes factoriels 1/3 de l'AFCS qui analyse l'association entre les traits de caractère et la période étudiée.

Créer un personnage

Jacques Chirac, pour les membres du *Canard enchaîné*

Le tableau 12.1. présente l'avis des membres du CE interviewés à propos du président J. Chirac.

Angeli	Emptaz	Lamalle
* « On a été très durs avec lui. Il le méritait, il a commis des erreurs » * « On a approuvé quand ils ont pris la position pour l'Irak ».	* « Il y a une évolution sur le personnage Chirac dans le CE. Les débuts de Chirac, avec son côté rigide. Une image qu'il n'était pas mais c'est l'image qu'il donnait ». * « La représentation de Chirac a été assez proche de la réalité, on montrait le type qui était extrêmement rigide et coincé, solennel dans son expression télévisuelle et qui dans l'intimité était quelqu'un de plutôt jovial, chaleureux, parlant mal, parlant assez grossièrement ». * « Chirac a su se faire réélire plusieurs fois, il est allé loin alors qu'on lui donnait perdu ». * « Le bilan, par rapport au nombre d'années passées au pouvoir, n'est pas grande chose ».	* « C'est un personnage excessivement chaleureux, sympathique, mais au niveau politicien il a été une vérole quand même ».

Kerleroux	Pétillon
* « Tous les gens qui l'ont rapproché, sont conquis par sa gentillesse ». * « Moi, au début j'étais beaucoup plus dur, au moment des accords Matignon. Quand il avait ce visage sévère ». * « Au fil des ans, on a bien vu d'abord ce type qui couvrait toutes les magouilles des Corrèziens de Paris, plus les Corses. Pasqua, Tibéri, et compagnie ». *« C'est un homme du passé, pour moi. Si ce type a pour avoir eu comme principal fait une dissolution alors qu'il était en position de force et que ça lui a foutu un claque dans la gueule, ça fera un mauvais souvenir. Alors ce n'est pas un grand Président ». * « Il a un côté relativement sympathique, il est un tout	* « C'est un personnage formidable pour un humoriste. Pour un Président de la République je suis moins persuadé parce que je pense que ça a été une présidence inutile». * « Il est à la fois attachant et sans scrupules politiques » * « Quand sa sécurité est en jeu, il n'a aucun état d'âme vis-à-vis de ses proches ». * « C'est un homme qui change d'avis sans état d'âme » * Il « est présenté comme quelqu'un

petit peu aventurier. C'est-à-dire un peu voyou, mais c'est pas uniquement pour se mettre d'argent plein les poches. Il est à l'abri des besoins ». * « Autour de lui il y a des gens qui ont grenouillé » * « Le meilleur aspect de Chirac ce n'est pas Madame Chirac. C'est une femme de pouvoir qui a essayé de manipuler les gens ». * « C'est un paresseux »		d'extrêmement chaleureux, très soucieux des autres ». * « Il boit énormément de bière ».	
Lefred-Thouron	**Viollier**	**Cabu**	**Liffran**
* « Je me suis plutôt approprié le personnage Chirac tel que beaucoup de français l'ont connu et pratiqué. En accentuant les côtés sympathiques, franchouillards, son goût pour la gaudriole, son franc parler, son penchant pour la charcuterie et la bibine ». * « Chirac cultive comme tout bon français un sens aigu de la dérision » * Il a un « effroyable cynisme dont Bernadette est d'ailleurs complice ».	* Un grand menteur, un voyou. * Il est profondément républicain, ce qui a mené au Canard à être plus indulgent avec Chirac. * Il adore manger, il adore les paysans. * Il n'a pas respecté son programme.	« Il voulait être sérieux, mais il avait une femme qui était drôle. Il y avait un décalage entre lui et sa femme. Sa femme exprimait souvent ce que lui, ne voulait pas dire ». * « Lui, c'est un dissimulateur », hypocrite.	* Il change d'avis * Au début, il était très dur * « Il a piqué de l'argent partout ». * « Chirac est un mélange de paysan corrézien et un homme qui adore dépenser. C'est comme un nouveau riche ».

Tableau 0.3. Avis des membres du CE sur le président Chirac.

Carlos Menem, pour les membres de *Sátira/12*

Nous présentons des fragments des entretiens où le fondateur et directeur de S/12, Rudy, et le dessinateur Pati –membre du journal depuis 1987- communiquent leurs avis à propos du personnage Menem qu'ils ont construit.

- ¿Qué pensás del personaje Menem de Sátira/12?
Rudy: - O sea, no el señor Menem que fue presidente.

- Vamos a hacer la división. Vamos a empezar por el personaje Menem de Sátira/12.
Rudy: - Hay algo que usamos mucho, porque la persona Menem se puso en protagonista total de todo lo que pasaba en el país. En la época de Alfonsín, tenías además a Ubaldini, a los peronistas, tenías a un montón de personajes que iban como girando… Cuando asume Menem, como que los demás pasan a ser actores de reparto. Es el protagonista, el mejor actor, el mejor director, mejor actriz… todo él, con lo cual no podés hablar de otra cosa. No es lo a mi me gusta. Prefiero que haya muchos actores. Pero también tengo que apuntar a lo que pasa. Si todos los diarios hablan de él, no se puede hablar de Saúl Ubaldini porque no le interesa a nadie. No puede hacer protagonista a alguien que no lo es. Bueno, yo puedo hacerlo y por qué no. (…)
Hay muchas frases de Menem: "vamos mal pero vamos bien", "fue la avispa", "la cacería permanente", "síganme, no los voy a defraudar". Alguien que se reía absolutamente de todo, y de alguna manera, eso lo hace inevitable para armar el personaje. Va más allá de él. (…). Eran ridiculizaciones de las cosas que iban pasando. (…)

¿Qué es lo que yo pienso de ese personaje? No es que yo piense nada. Apareció un personaje con mucho de absurdo, desde lo que en ese momento se consideraba absurdo. El personaje es reflejo de lo que hace la persona.

Pati: - Lo que me pasó con Menem es que lo dibujé por tanto tiempo que se incorporó a mi estilo. Ya no me importaba que Menem se pareciera a mi personaje, era como un personaje independiente. Era mi Menem. Menem tiene una cara caricaturesca. Quedó bien integrado a mi dibujo. es fácil de dibujar.
(…) Menem saturo a todos. Era tan fácil hacer chistes. A veces el tipo te superaba a vos. Cosas que a uno le parecían absurdas, él las superaba. Uno hacía chistes y con Menem ya no era gracioso. El tipo corrió los limites ahí.

Liste de publications effectuées à partir de la recherche doctorale

ARTICLES

* (2010 à paraître). Absurdo, bulo e ironía: pilares del humor escrito del suplemento argentino *Sátira/12. Perspectivas de la Comunicación, 3(2),* Universidad de la Frontera, Chile. ISSN: 0718-4867.

* (2010 à paraître). La interacción lingüística e ícono-plástica en la producción de caricaturas políticas: un estudio funcional y retórico. *IRICE Nueva época*, Universidad de Rosario, Argentina. ISSN: 0327-392X. En collaboration avec N. Scheuer.

* (2008): « Jacques Chirac d'après *Le Canard enchaîné.* Dérision et irrévérence comme moyens de correction sociale ». *Humoresques, 27*. Niza : Z'éditions, pp. 167-182. ISSN: 0996-9942

COMMUNICATIONS ORALES DANS DES COLLOQUES, JOURNEES D'ETUDES, AVEC PUBLICATIONS DANS DES ACTES

* (2010 à paraître). "Aportes de la psicología política para el estudio de la imagen mediática de los hombres políticos. El caso del presidente Carlos Menem en el suplemento argentino *Sátira/12*". II Congreso Internacional en Psicología y XVII Jornadas de Investigación. Universidad de Buenos Aires, Argentina.

* (2010 à paraître). "Una aproximación a los recursos retóricos en la sátira política. Los títulos del suplemento argentino *Sátira/12*". 9nas Jornadas de Humanidades. Universidad Nacional de Catamarca, Argentina.

***** (2010 à paraître). "La figura desacralizada: un estudio sobre los recursos lingüísticos e ícono-plásticos de caricaturas políticas de Francia y Argentina". I Coloquio Nacional de Retórica "Retórica y Política" y las I Jornadas Latinoamericanas de Investigación en Estudios Retóricos. Universidad de Buenos Aires, Argentina. En collaboration avec N. Scheuer.

* (2009). "La caricatura política en torno a la figura presidencial: un análisis semiótico y estilístico". Actas del IV Coloquio de Investigadores en Análisis del Discurso y I Jornadas Internacionales sobre Discurso e Interdisciplina. Facultad de Lenguas de la Universidad Nacional de Córdoba. Argentina. http://www.lenguas.unc.edu.ar/aledar ISBN 978-950-33-0696-3. En collaboration avec N. Scheuer.

* (2008). “Una mirada interdisciplinaria y multimetodológica para el análisis de la imagen mediática de los hombres políticos: Un estudio de caso”. I Encuentro de Docentes e Investigadores de Estadística en Psicología. Facultad de Psicología de la Universidad de Buenos Aires. Argentina. Formato en CD-ROM. pp. 241-245. En collaboration avec N. Scheuer.

* (2008). “Las figuras retóricas como elemento constitutivo del discurso satírico: un estudio de caso”. Memorias de las XII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y de Relaciones Internacionales. Universidad de Rosario.: ISSN 1852-0308. 16 a 18 de octubre de 2008.
http://www.redcomunicacion.org/memorias/index.php. ISSN: 1852-0308

COMMUNICATIONS ORALES DANS DES COLLOQUES, JOURNEES D’ETUDES, SANS PUBLICATIONS DANS DES ACTES

* (2009). “Cuando la caricatura política ataca a la figura presidencial. El caso del suplemento *Sátira/12* en la época de Carlos Menem”. Jornadas de Difusión y Divulgación - CRUB 2009. Centro Regional Universitario Bariloche, Universidad del Comahue, Argentina. 18-22 novembre 2009.

* (2009). “Las figuras retóricas linguísticas e ícono-plásticas en la caricatura política: El caso del periódico satírico francés *Le Canard enchaîné*”. Seminario Internacional ‘Aprendizaje y uso de representaciones gráficas y verbales’. Centro Regional Universitario Bariloche, Universidad del Comahue. Argentina. 14-15 avril 2009.

* (2007). “Jacques Chirac as presented by *Le Canard enchaîné.* Derision and irreverence as mechanisms of social correction”. 7th International Summer School and Symposium on Humour and Laughter. University of Aberdeen. Ecosse. 9-14 juillet 2007.

* (2007). “Jacques Chirac d'après *Le Canard enchaîné.* Dérision et irrévérence comme moyens de correction sociale”. 7ème Colloque international de CoRHum : « Faire rire : mode d’emploi. Analyse des procédés de la production d’humour ». Université Paris X Nanterre, France. 25-27 juin 2007.

PERSPECTIVAS DE LA COMUNICACIÓN
ISSN 0718-4867

ABSURDO, BULO E IRONÍA: PILARES DEL HUMOR ESCRITO DEL SUPLEMENTO ARGENTINO *SÁTIRA/12*

ABSURD, HOAX AND IRONY: PILLARS OF WRITTEN HUMOUR IN THE ARGENTINEAN SUPPLEMENT *SÁTIRA/12*

RESUMEN

El suplemento argentino *Sátira/12* del diario *Página/12*, publicado de forma ininterrumpida desde 1987, es el periódico satírico-humorístico más antiguo del período post-dictadura en la Argentina, que comienza en 1983. Pese a ello, no conocemos estudios previos que analicen su producción. Desde una perspectiva semiótica y retórico-estilística y de un análisis de contenido, estudiamos los recursos que son puestos en juego no sólo para criticar, ridiculizar y descalificar a la figura presidencial, sino también para subvertir las formas y contenidos propios del género periodístico, y más particularmente, del diario del cual este suplemento depende. Componentes metatextuales, autorreferenciales y polifónicos se unen a los más característicos del género satírico, dando lugar a una trama compleja e interesante. Estudiamos todos los títulos que hacen referencia al presidente Carlos Menem durante dos períodos históricos (inicio de su primer y segundo mandato). De todas las figuras retóricas, las de pensamiento, macroestructurales, emergen como elementos clave del discurso. Las mismas trascienden el discurso de la noticia al incorporar elementos extratextuales, y proponen un tratamiento irónico, absurdo y ficticio de los hechos de actualidad. Lo verosímil del género periodístico parodiado contrasta con lo inverosímil del contenido, a partir del bulo o la falsa noticia, que representa el 42% de los títulos considerados. Este análisis es además enriquecido con una entrevista en profundidad al fundador y director del suplemento.

Palabras clave: prensa satírica; humor; figuras retóricas; ironía; absurdo; inverosímil.

ABSTRACT

The weekly supplement *Sátira/12*, of the Argentinean newspaper *Página/12*, published continuously since 1987, is the oldest satirical-humoristic journal in the post-dictatorship period in Argentina, which starts in 1983. In spite of that, to our knowledge there are no studies that analyse its production. In this paper we develop a semiotic and rhetorical-stylistic perspective together with a content analysis, in order to study the devices used in *Sátira/12* to criticize, ridicule and disqualify the presidential figure, and to subvert the journalistic gender's own forms and contents, as well as the newspaper it belongs to. We study all the titles that refer to President Carlos Menem during two periods (beginnings of his first and second presidential terms). Meta-textual, self-referential and polyphonic components appear together with those more characteristic of the satirical gender, giving rise to a complex and interesting tissue. Among all rhetorical figures, the figures of thought, -macro-structural- emerge as key elements of speech. These figures go beyond the discourse of news by incorporating extra-textual elements, and propose an ironical, absurd and fictitious treatment of current events. The plausibility of the journalistic style parodied marks a sharp contrast with the implausibility of content, by means of hoax or false news, which account for 42% of titles considered. This analysis is also enriched with and in-depth open interview with the founder and director of the supplement.

Keywords: satirical press; humour; rhetorical figures; irony; absurd; implausible.

REVISTA irice Nueva Época

LA INTERACCIÓN LINGÜÍSTICA E ÍCONO-PLÁSTICA EN LA PRODUCCIÓN DE CARICATURAS POLÍTICAS: UN ESTUDIO FUNCIONAL Y RETÓRICO*

THE LINGUISTIC AND ICONO-PLASTIC INTERACTION IN THE PRODUCTION OF POLITICAL CARTOONS: A FUNCTIONAL AND RHETORICAL STUDY

RESUMEN

Partiendo de la caricatura política como un discurso híbrido y mixto, pues conjuga información y opinión, recursos lingüísticos e ícono-plásticos, realizamos un estudio funcional y retórico sobre la forma en que estos recursos interactúan en la producción de la misma. Analizamos además si esta interacción varía: en dos periódicos satíricos pertenecientes a culturas diferentes y entre sus autores.

Focalizando en la caricatura que toma como principal blanco a los mandatarios, nuestros corpus están constituidos por 276 caricaturas que refieren al presidente Jacques Chirac (1995-2007) en el semanario francés Le Canard enchaîné, y al presidente Carlos Menem (1989-1999) en el suplemento argentino Sátira/12, durante dos períodos equivalentes.

Tras revisar aportes multidisciplinarios para la comprensión de la caricatura política, proponemos un modelo triádico innovador que da origen al sistema de categorías utilizado. La metodología se completa con la aplicación de técnicas de la estadística multivariada. Los resultados indican que lo visual juega un rol fundamental en la identificación de los personajes representados y la recreación de situaciones. No obstante, en ambos corpus se registra una intervención mayor de lo verbal, aportando información necesaria para poder interpretar las imágenes. El conjunto de resultados contribuye a pensar la caricatura política como una gramática compuesta de códigos visuales y verbales, en el marco de la cual los autores desarrollan estilos particulares.

Palabras clave: Lenguaje verbal - lenguaje visual - caricatura política - figuras retóricas - autor

ABSTRACT

Considering the political cartoon as a hybrid and mixed discourse that articulates information and opinion as well as linguistic and icono-plastic resources, we developed a functional and rhetorical study of the ways in which these resources interact in the production of political cartoons. We also analysed if this interaction varies according to two satirical newspapers from different cultures and according to the authors in each newspaper.

Focusing in the cartoon that takes Presidents as its main aim, our corpora are formed by 276 cartoons referring to President Jacques Chirac (1995-2007) in the French weekly newspaper Le Canard enchaîné, and President Carlos Menem (1989-1999) in the Argentinean supplement Sátira/12, during two equivalent periods.

After reviewing multidisciplinary contributions for the understanding of political cartoons, we propose a novel triadic model on which the category system applied is based. The methodology includes the application of techniques from Multivariate Statistics. Results indicate that visual language plays a fundamental role in identifying the characters represented and in recreating situations. Nevertheless, in both corpora a major intervention of verbal language is observed, as the information it conveys makes the interpretation of images easier. This set of results contributes to think of political cartoons in terms of a grammar composed of visual and verbal codes, within which authors develop their particular styles.

Keywords: Verbal language - visual language - political cartoon - rhetorical figures - author

JACQUES CHIRAC D'APRES *LE CANARD ENCHAINE* DERISION ET IRREVERENCE COMME MOYENS DE CORRECTION SOCIALE

RESUMÉ

Cette étude montre la richesse des procédés que l'hebdomadaire satirique *Le Canard enchaîné* met en oeuvre pour construire l'image du Président Jacques Chirac et qui donnent lieu à une rhétorique de la dérision. Avec irrévérence, le discours du *Canard* dénonce les défauts des hommes politiques, en assumant par ce fait un rôle de correcteur social.

Des titres « calembouresques » ou antiphrastiques, des dictons pervertis, des phrases ou images à double sens, des allusions aux produits culturels et des analogies inattendues sont quelques uns des moyens les plus utilisés. C'est sans doute non par leur originalité, mais par leur subtilité et par la manière dont ils sont combinés, que ceux-ci caractérisent l'humour du *Canard enchaîné*.

Nous étudions l'évolution dans la construction de l'image du personnage au cours de ses mandats, en nous centrant sur trois périodes politiques différentes : le début du septennat, en 1995 ; la dissolution de l'Assemblée Nationale et les élections législatives anticipées qui ont suivi, en 1997 ; et le référendum sur la Constitution Européenne, en 2005. Nous montrons que, bien qu'un écart de dix ans sépare ces deux dates, les aspects les plus critiqués de l'image de Jacques Chirac restent identiques. Nous nous interrogeons alors sur l'existence d'une corrélation entre les procédés humoristiques et satiriques utilisés et les traits négatifs du personnage abordés.

II Congreso Internacional en Psicología y XVII Jornadas de Investigación.
Universidad de Buenos Aires, Argentina.
22-24 noviembre 2010

APORTES DE LA PSICOLOGIA POLITICA PARA EL ESTUDIO DE LA IMAGEN MEDIATICA DE LOS HOMBRES POLITICOS. EL CASO DEL PRESIDENTE CARLOS MENEM EN EL SUPLEMENTO ARGENTINO *SATIRA/12*

CONTRIBUTIONS OF POLITICAL PSYCHOLOGY TO THE STUDY OF POLITICIANS' MEDIA IMAGE. THE CASE OF PRESIDENT CARLOS MENEM IN THE ARGENTINEAN SUPPLEMENT *SATIRA/12*

Área temática : Psicología política

RESUMEN
En este trabajo adaptamos y aplicamos un sistema de categorías basándonos en aportes de la psicología política para el estudio de la imagen mediática de los hombres y mujeres políticos. Desde una perspectiva semio-lingüística, complementada con un análisis de contenido, analizamos y clasificamos los rasgos de personalidad preponderantes asociados al presidente Carlos Menem (1989-1999) en todos los títulos del suplemento argentino Sátira/12 al comienzo de su primer y segundo mandato. Identificamos un neto predominio de rasgos negativos que refieren a distintas facetas de la competencia, la integridad, la fiabilidad, el carisma y la empatía del personaje. Nuestros resultados muestran que muchos de los rasgos que se cristalizaron en la imagen del presidente forjada a lo largo de sus dos mandatos se reconocen ya en los primeros meses de gobierno. Proponemos entender algunos de estos rasgos en el marco de un fenómeno creciente de espectacularización y personalización de la política vivenciado a nivel mundial.

Palabras clave: psicología política - rasgos de personalidad – imagen mediática– hombres políticos

ABSTRACT
In this paper we adapted and applied a system of categories based on contributions of political psychology for the study of politicians' media image. From a semio-linguistic and a content analysis, we studied and classified the main personality traits associated to president Carlos Menem (1989-1999) in all the titles published by the Argentinean supplement Sátira/12 in the beginnings of both his first and second presidential terms. We identified a much higher proportion of negative traits referring to different facets of the character's competence, integrity, reliability, charisma and empathy. Our results highlight that many of the traits that subsequently crystallized in the President's image in the course of his two terms were already present during the first months of government. We propose to understand some of these traits in terms of a phenomenon of political spectacle and personalisation of politics experienced around the world.

Keywords: political psychology - personality traits - media image - politicians

9nas Jornadas de Humanidades y Simposio: Bicentenario de Mayo

Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Catamarca, Argentina

6, 7 y 8 de octubre de 2010

UNA APROXIMACIÓN A LOS RECURSOS RETÓRICOS EN LA SÁTIRA POLÍTICA. LOS TÍTULOS DEL SUPLEMENTO ARGENTINO *SÁTIRA/12*

RESUMEN

La sátira política es un género discursivo que conjuga una postura crítica y contestataria con una mirada cómica de los hechos de actualidad, tomando como blanco de ataque a la clase política y particularmente a los gobernantes. En este trabajo nos proponemos analizar qué recursos retóricos son puestos en juego para desacralizar la figura presidencial, centrándonos en los títulos del suplemento argentino *Sátira/12*, del matutino *Página/12*, cuando refieren al presidente Carlos Menem (1989-1999). Los títulos constituyen un objeto de estudio de gran interés puesto que se caracterizan por ser breves, sintéticos y atractivos, lo cual nos hacía suponer una gran riqueza discursiva.

Desde una perspectiva retórico-estilística, analizamos todos los títulos que hacen referencia al presidente Menem durante dos períodos históricos (inicio de su primer y segundo mandato). Partimos de la clasificación tradicional de figuras retóricas, dividida en figuras de palabras, de sentido, de construcción y de pensamiento. Resultados del estudio indican una gran densidad de figuras. Las figuras de pensamiento devienen elementos clave del discurso satírico de *Sátira/12* al concentrar 60% de los casos. Las mismas remiten a elementos extratextuales del enunciado y como tales, suponen un gran desafío al lector, quien debe actualizar conocimientos no necesariamente relacionados con la noticia tratada.

Palabras clave: prensa satírica – humor- figuras retóricas - títulos

I Coloquio Nacional de Retórica "Retórica y Política" y I Jornadas Latinoamericanas de Investigación en Estudios Retóricos.
Universidad de Buenos Aires, Argentina.

17-19 de marzo 2010

LA FIGURA PRESIDENCIAL DESACRALIZADA: UN ESTUDIO SOBRE LA INTERACCIÓN LINGÜÍSTICA E ÍCONO-PLÁSTICA EN CARICATURAS POLÍTICAS DE FRANCIA Y ARGENTINA

RESUMEN

La caricatura política, imagen satírica por excelencia, es un discurso que combina signos lingüísticos, icónicos y plásticos con el fin de criticar acciones y declaraciones de la clase política, denunciar y develar abusos de poder. Con una mirada deformante, el dibujante pone en juego numerosos recursos que instauran una retórica de irreverencia y descalificación cuando refieren a la figura presidencial, recurrente blanco de ataque de la sátira política.

Partiendo de la caricatura política como un discurso mixto, en un grado tal que resulta simbiótico –al conjugar de forma muy estrecha signos lingüísticos e ícono-plásticos-, proponemos un modelo triádico para el estudio de las distintas funciones que lo verbal y lo visual cumplen en relación a tres componentes clave de la caricatura política: el personaje, el hecho de actualidad y la situación imaginaria. Este abordaje es complementado con el análisis de los recursos lingüísticos e ícono-plásticos que operan en la caricatura política. Para nuestro trabajo adoptamos una perspectiva transcultural, de forma tal que nuestros corpus comprenden caricaturas publicadas en dos periódicos satíricos pertenecientes a culturas diferentes. En total analizamos 276 caricaturas que refieren al presidente Jacques Chirac (1995-2007) en el semanario francés *Le Canard enchaîné*, y al presidente Carlos Menem (1989-1999) en el suplemento argentino *Sátira/12*, al inicio del primer y segundo mandato de ambos gobernantes.

Los resultados indican que lo visual juega un rol fundamental en la identificación de los personajes representados y la recreación de una situación. No obstante, en ambos corpus se registra una intervención mayor de lo verbal, situando el contexto, explicando y dando un mínimo de información necesaria para poder interpretar las imágenes. Este conjunto de resultados contribuye a pensar la caricatura política como una gramática compuesta de códigos visuales y verbales.

IV Coloquio de Investigadores en Estudios del Discurso
I Jornadas Internacionales de Discurso e Interdisciplina

Facultad de Lenguas de la Universidad Nacional de Córdoba

16-18 abril de 2009

LA CARICATURA POLÍTICA EN TORNO A LA FIGURA PRESIDENCIAL: UN ANÁLISIS SEMIÓTICO Y ESTILÍSTICO

RESUMEN

A través de un estudio de caso, indagamos acerca de la caricatura política como discurso crítico y de denuncia cuando toma como blanco de ataque la figura presidencial. El recurso predilecto de esta imagen satírica es la exageración, no sólo de rostros y cuerpos sino también de la realidad misma sobre la cual quiere dar cuenta, a través de una mirada deformada y deformante.

Se trata de un discurso sumamente complejo, en el que coexisten y necesariamente interactúan dos tipos de lenguaje, el lingüístico y el ícono-plástico, y en el que operan una pluralidad de voces. Entre ellas, la del dibujante y por extensión del periódico, la voz ficticia de los personajes representados pero también la voz real de aquellas mismas personas, introducida por medio de citas o alusiones.

En este trabajo adoptamos un enfoque semio-estilístico orientado a identificar y analizar los elementos que conforman el discurso satírico-humorístico, haciendo énfasis en los recursos que prevalecen en cada lenguaje, e indagando acerca de la manera en que dichos lenguajes interactúan. Nuestro corpus está conformado por más de 300 caricaturas políticas publicadas por el semanario *Le Canard enchaîné* –el principal referente de la prensa satírica en Francia- que abordan las acciones y declaraciones del entonces presidente Jacques Chirac (1995-2007) durante cuatro períodos de análisis seleccionados por su importancia en el contexto socio-político de ese país.

Observamos que las numerosas caricaturas políticas que difunde el semanario francés contestando y desacralizando la figura del presidente, presentan una preponderancia de lo lingüístico por sobre lo ícono-plástico. En efecto, el discurso satírico del *Canard enchaîné* se construye mayormente a partir de los diálogos de los personajes representados, interviniendo de modo menos marcado la representación gráfica del escenario, de los objetos que componen la imagen, o incluso de las acciones de los personajes.

Esta primacía de lo lingüístico se refleja también en las figuras retóricas que utiliza el periódico, mucho más abundantes y variadas en este lenguaje. Por la cantidad y variedad identificadas, se puede afirmar que las figuras son elementos constitutivos de su discurso, y

más específicamente, que juegan un rol crucial en los recursos satírico-humorísticos que el semanario utiliza.

Este trabajo forma parte de una investigación más amplia que busca profundizar en el análisis del discurso de la prensa satírica contemporánea, incorporando un nuevo caso de estudio centrado en la sátira política argentina.

I Encuentro de Docentes e Investigadores en Psicología Estadística

Facultad de Psicología de la Universidad de Buenos Aires

6, 7 y 8 de noviembre de 2008

UNA MIRADA INTERDISCIPLINARIA Y MULTIMETODOLÓGICA PARA EL ANALISIS DE LA IMAGEN MEDIÁTICA DE LOS HOMBRES POLÍTICOS: UN ESTUDIO DE CASO

AN INTERDISCIPLINARY AND MULTIMETODOLOGICAL APPROACH FOR THE ANALYSIS OF THE MEDIA IMAGE OF POLITICIANS: A CASE STUDY

EJE TEMATICO PROPUESTO: Estadística y Metodología de la Investigación.

RESUMEN

En este trabajo abordamos la construcción de la imagen mediática del ex presidente Jacques Chirac en el semanario satírico francés Le Canard enchaîné, centrándonos en los rasgos de personalidad que el periódico atribuye al personaje. Nuestro corpus está conformado por 234 títulos que tratan sobre el mandatario en cuatro períodos de análisis seleccionados por su importancia en el contexto político de Francia a lo largo de sus dos mandatos. Realizamos inicialmente un análisis de discurso y un análisis de contenido de los títulos con el fin de identificar y clasificar los rasgos de personalidad y detectamos que la mayoría son negativos. Acto seguido, aplicamos un test χ^2 que nos permitió determinar la existencia de una dependencia entre los rasgos negativos y los períodos analizados. Un Análisis Factorial de Correspondencias Simples posibilitó identificar tres grupos con algunas modalidades asociadas. La decisión de conformar estos grupos fue luego confirmada por un Análisis de Clasificación Jerárquica. Los rasgos agrupados según un *ethos* preponderante constituyen aspectos nucleares en la figura de un Presidente y su variación a lo largo de los cuatro períodos analizados no responde a un criterio cronológico sino que parece guardar relación con las vicisitudes del escenario político.

.

Palabras clave: rasgos de personalidad –sátira política - Análisis Multivariado - psicología política

ABSTRACT

In this study we analyze the media image of former President Jacques Chirac in the French satirical newspaper Le Canard enchaîné, focusing on the personality traits that the newspaper attributes to Chirac's personage. Our corpus is constituted by 234 titles that refer to the president during four periods selected for its importance in the French political context throughout the two presidential terms. A discourse and content analysis of the titles allowed us to identify and classify personality traits. As expected, we found that most of them are negative. Performing a χ^2 test, we were able to establish dependence between negative traits and the analyzed periods. A Simple Correspondence Analysis made it possible to identify three groups with their associated modalities. The decision of forming these groups was then supported by a Hierarchical Classification Analysis. The traits regrouped according to a preponderant ethos are nuclear aspects in a President's image and its variation throughout the four periods analyzed does not correspond to a chronological criterion but seems to be related to vicissitudes of the political scenario.

Keywords: personality traits –political satire – Multivariated Analysis – political psychology

Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación

Rosario, 16 a 18 de octubre de 2008

LAS FIGURAS RETÓRICAS COMO ELEMENTO CONSTITUTIVO DEL DISCURSO SATÍRICO: UN ESTUDIO DE CASO

RESUMEN:

Entre los recursos que la sátira política utiliza para denunciar lo que considera como abusos de poder, vicios y contradicciones de la clase política, se encuentran el uso del sentido figurado, de lo implícito, de procedimientos humorísticos y de juegos intertextuales.

A partir de un enfoque semio-estilístico, este trabajo toma como caso de estudio la utilización que el semanario satírico *Le Canard enchaîné* –gran referente de la prensa satírica en Francia- hace de las figuras retóricas cuando refiere al entonces presidente Jacques Chirac. El corpus está conformado por 234 títulos que tratan sobre el mandatario en cuatro períodos de análisis seleccionados por su importancia en el contexto político de ese país a lo largo de sus dos mandatos (1995-2007).

El discurso del *Canard enchaîné* es rico en figuras retóricas, tanto en la cantidad (en promedio casi dos figuras por título) como en la variedad (más de 50 tipos de figuras diferentes). Lejos entonces de ser anecdóticas y decorativas, las mismas son constitutivas de su discurso satírico. Desde un punto de vista enunciativo, pueden contribuir en la construcción de un contrato de complicidad con el lector, incitando a éste a asumir un papel activo en el proceso de interpretación de los mensajes. Desde un punto de vista argumentativo, las figuras retóricas permiten presentar juicios de opinión y pasar un mensaje crítico, en general matizado con el humor y la ironía.

Jornadas de Difusión y Divulgación - CRUB 2009
Universidad Nacional del Comahue

18 a 22 de noviembre 2009
Sala de Prensa, Centro Cívico y Sala Chonek, Museo de la Patagonia

CUANDO LA CARICATURA POLÍTICA ATACA A LA FIGURA PRESIDENCIAL. EL CASO DEL SUPLEMENTO *SÁTIRA/12* EN LA ÉPOCA DE CARLOS MENEM

RESUMEN

En primera instancia daremos un panorama de los orígenes de la caricatura política en el mundo y en Argentina, para luego analizar cómo se construye su discurso satírico y qué se critica cuando se hace referencia al Presidente de la Nación, tomando el caso de Carlos Menem en el suplemento *Sátira/12* al inicio de su primer y segundo mandato presidencial.

Seminario de investigación: Aprendizaje y uso de representaciones gráficas y verbales

Centro Regional Universitario Bariloche
San Carlos de Bariloche, 14 y 15 de abril de 2008

LAS FIGURAS RETÓRICAS LINGUÍSTICAS E ICONO-PLÁSTICAS EN LA CARICATURA POLÍTICA: EL CASO DEL PERIÓDICO SATÍRICO FRANCÉS *LE CANARD ENCHAÎNÉ**

RESUMEN

A través de un estudio de caso, indagamos acerca de la caricatura política como discurso crítico y de denuncia cuando toma como blanco de ataque la figura presidencial. El recurso predilecto de esta imagen satírica es la exageración, no sólo de rostros y cuerpos sino también de la realidad misma sobre la cual quiere dar cuenta, a través de una mirada deformada y deformante.

Se trata de un discurso sumamente complejo, en el que coexisten y necesariamente interactúan dos tipos de lenguaje, el lingüístico y el ícono-plástico, y en el que operan una pluralidad de voces. Entre ellas, la del dibujante y por extensión del periódico, la voz ficticia de los personajes representados pero también la voz real de aquellas mismas personas, introducida por medio de citas o alusiones.

En este trabajo adoptamos un enfoque semio-estilístico orientado a identificar y analizar los elementos que conforman el discurso satírico-humorístico, haciendo énfasis en los recursos que prevalecen en cada lenguaje, e indagando acerca de la manera en que dichos lenguajes interactúan. Nuestro corpus está conformado por más de 300 caricaturas políticas publicadas por el semanario *Le Canard enchaîné* –el principal referente de la prensa satírica en Francia- que abordan las acciones y declaraciones del entonces presidente Jacques Chirac (1995-2007) durante cuatro períodos de análisis seleccionados por su importancia en el contexto socio-político de ese país.

Observamos que las numerosas caricaturas políticas que difunde el semanario francés contestando y desacralizando la figura del presidente, presentan una preponderancia de lo lingüístico por sobre lo ícono-plástico. En efecto, el discurso satírico del *Canard enchaîné* se construye mayormente a partir de los diálogos de los personajes representados, interviniendo de modo menos marcado la representación gráfica del escenario, de los objetos que componen la imagen, o incluso de las acciones de los personajes.

Esta primacía de lo lingüístico se refleja también en las figuras retóricas que utiliza el periódico, mucho más abundantes y variadas en este lenguaje. Por la cantidad y variedad identificadas, se puede afirmar que las figuras son elementos constitutivos de su discurso, y

más específicamente, que juegan un rol crucial en los recursos satírico-humorísticos que el semanario utiliza.

Este trabajo forma parte de una investigación más amplia que busca profundizar en el análisis del discurso de la prensa satírica contemporánea, incorporando un nuevo caso de estudio centrado en la sátira política argentina.

7th International Summer School and Symposium on Humour and Laughter

July 9th – 14th 2007

JACQUES CHIRAC AS PRESENTED BY *LE CANARD ENCHAÎNÉ* DERISION AND IRREVERENCE AS MECHANISMS OF SOCIAL CORRECTION

ABSTRACT

This study shows the variety of techniques satirical French newspaper *Le Canard enchaîné* tangles to construct former President Jacques Chirac's image giving rise to a rhetoric of derision. With irreverence, *Canard enchaîné* denunciates the faults and excesses of politicians assuming by this fact a role of social corrector.

Puns and antiphrastic titles, perverted proverbs and expressions, images or sentences with double meaning, allusions to cultural products and unexpected analogies are some of the most common methods. It may not be its originality, but its subtlety and the way these methods are combined that characterize *Canard Enchaîné*'s humour.

We study how Chirac's image has evolved during his two terms focusing on the construction of the personage's traits, which have been divided into four categories (*Competence, Integrity, Reliability, Charisma and Empathy*). We centre our analysis on three political periods: the beginning of his first term, in 1995; National Assembly dissolution decided by the President and the legislative elections that followed, in 1997; and the European Constitution referendum, in 2005. We will examine if a correlation can be established between the use of humoristic and satirical techniques and the negative personality traits discussed.

7ème Colloque international de CoRHum : « Faire rire : mode d'emploi. Analyse des procédés de la production d'humour »

Université Paris X Nanterre, France. 25-27 juin 2007

JACQUES CHIRAC D'APRES *LE CANARD ENCHAINE*. DERISION ET IRREVERENCE COMME MOYENS DE CORRECTION SOCIALE

RESUMÉ

Cette étude montre la richesse des procédés que l'hebdomadaire satirique Le Canard enchaîné met en oeuvre pour construire l'image du Président Jacques Chirac et qui donnent lieu à une rhétorique de la dérision. Avec irrévérence, le discours du Canard dénonce les défauts des hommes politiques, en assumant par ce fait un rôle de correcteur social.

Des titres « calembouresques » ou antiphrastiques, des dictons pervertis, des phrases ou images à double sens, des allusions aux produits culturels et des analogies inattendues sont quelques uns des moyens les plus utilisés. C'est sans doute non par leur originalité, mais par leur subtilité et par la manière dont ils sont combinés, que ceux-ci caractérisent l'humour du Canard enchaîné.

Nous étudions l'évolution dans la construction de l'image du personnage au cours de ses mandats, en nous centrant sur trois périodes politiques différentes : le début du septennat, en 1995 ; la dissolution de l'Assemblée Nationale et les élections législatives anticipées qui ont suivi, en 1997 ; et le référendum sur la Constitution Européenne, en 2005. Nous montrons que, bien qu'un écart de dix ans sépare ces deux dates, les aspects les plus critiqués de l'image de Jacques Chirac restent identiques. Nous nous interrogeons alors sur l'existence d'une corrélation entre les procédés humoristiques et satiriques utilisés et les traits négatifs du personnage abordés.

RESUMÉ

Cette thèse analyse la manière dont le discours satirico-humoristique se constitue lorsqu'il cible la figure présidentielle, en se focalisant sur des dimensions de contenu et de forme qui le structurent, et en faisant attention à leur articulation. A partir d'une étude biculturelle (France-Argentine), qui vise à la conceptualisation d'un humour transculturel, nous supposons qu'au-delà des spécificités locales, il est possible de parvenir à une grammaire, et donc à un système d'invariants, constituée des codes verbaux et visuels.
Suivant une approche basée sur les sciences de l'information et de la communication, nous intégrons des perspectives théoriques et méthodologiques complémentaires pour analyser deux corpus de titres et d'images (caricatures politiques à une ou plusieurs vignettes) de l'hebdomadaire *Le Canard enchaîné* et du supplément *Sátira/12* qui portent sur Jacques Chirac et Carlos Menem respectivement, à des moments de grande importance politique pendant leurs deux mandats.

MOTS CLÉS : caricature politique – humour – image – Président –presse satirique – procédés satiriques et humoristiques — titre – analyses multivariées

TITLE

The construction of the presidential image in the satirical press: towards a grammar of humour. Jacques Chirac in the French weekly *Le Canard enchaîné* and Carlos Menem in the Argentinean supplement *Sátira/12*

ABSTRACT

This thesis analyzes the satirical humour discourse that aims at the presidential institution, by focusing on how its content and form are constituted and interrelated. Based on a bicultural approach (France-Argentina) aiming to contribute to the conceptualization of transcultural humour, we put forward that beyond local specificities, it is possible to construct a grammar, or a system of invariants, constituted by verbal and visual codes.
Following an approach based on information and communication sciences, we merge different theoretical and methodological perspectives to analyse two corpora of titles and images (political cartoons and strips), from the weekly *Le Canard enchaîné* and the weekly newspaper supplement *Sátira/12*, that deal with Jacques Chirac and Carlos Menem, respectively, at moments of great political importance of their two presidential terms.

KEYWORDS: political cartoon – humour – image – President – satirical press – satirical and humoristic devices – title –multivariated analysis

INTITULÉ ET ADRESSE DE L'ÉCOLE DOCTORALE OU DU LABORATOIRE
GRIPIC, EA 1498 - Paris Sorbonne – CELSA
77, rue de Villiers
92200 Neuilly-sur-Seine
France

Facultad de Ciencias Sociales – Universidad de Buenos Aires
Marcelo T. de Alvear 2230
C1122AAJ - Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Argentina