

L'art de la caricature : une identité ironique dans une perspective iconique

Dr. MARIF Miloud Université TAHAR Moulay SAIDA
marifmiloud@yahoo.fr

تاريخ القبول: 2020/01/27

تاريخ الإرسال: 2018/04/17

Résumé :

Les lecteurs ont tendance à croire que l'ironie découlant des travaux caricaturaux est juste un dessin graphique, contenant en arrière-pensée un cynisme produisant subjectivement une idée humoristique, même si elle est caractérisée par de vives critiques et une moquerie soutenue. Mais à vrai dire, il n'en est rien de tout cela, pour la simple raison que l'efficacité de l'ironie caricaturale contient, en ses sous-entendus, une variété de dimensions qui diffèrent entre ce qui est ironique et iconique. Cet article a pour objectif de mettre en exergue cette particularité chez l'art de la caricature.

ملخص:

يميل القراء إلى الاعتقاد بأن السخرية المستمدة من الكاريكاتير هي مجرد رسم بياني، تحتوي في الخلفية على سخريّة ذاتية تنتج فكرةً مضحكةً، حتى لو تميزت بنقد حاد واستهزاء مستمر. ولكن في الحقيقة، لا شيء من هذا القليل لسبب بسيط هو أن فعالية المفارقة الكاريكاتيرية تتجسد في التلميحات الخاصة به، وهي حد ذاتها مجموعة متنوعة من الأبعاد التي تختلف بين ما هو مثير للسخرية وما هو إيقوني. تهدف هذه المقالة إلى تسليط الضوء على هذه الخصوصية في فن الكاريكاتير.

Introduction :

Si la majorité des œuvres caricaturales ont pour fonction générale de faire rire, il n'est pas dit qu'un autre rôle, propre cette fois-ci à chaque caricaturiste, ne se cache pas derrière cette apparence de distraction. Nous pourrions ainsi nous demander quelles sont les fonctions attribuées par les caricaturistes à leurs dessins. Cette question des effets envisagés laisse entendre qu'il existe des éléments sous-jacents et dont la caricature fait objets et perspectives pour atteindre certains objectifs d'ordre ironique ou iconique ou autres sens.

La caricature exprime l'idée d'un auteur à partir d'un fait, d'un personnage, d'une situation dont il va exagérer fortement les caractéristiques partielles ou les mettre en rapport avec d'autres pour produire un effet satirique, ironique mais aussi iconique. Ce type de réflexion renvoie au questionnement suivant :

En quoi consiste le processus bipolaire d'ironiser et d'iconiser ?

Le caricaturiste charge à travers une expression graphique au trait qui cherche la simplicité d'un côté, et la force d'expression du détail. La démarche et la technique consistent à exagérer des aspects physiques ou moraux, matériels ou symboliques. Car ils sont adeptes du portrait à charge, les caricaturistes en grosso modo s'intéressent aux gens, aux mœurs, aux situations, et certains se limitent parfois aux seuls effets graphiques, à l'exagération des aspects physiologiques ou morphologiques.

1. Définitions conceptuelles :

De prime à bord, définissons d'abord ce que nous entendons par les trois (03) expressions principales qui coiffent le sujet, à savoir « *la caricature, l'ironie et l'iconicité* ».

La caricature est un mode de communication de masse. Par conséquent, elle a un rôle social important. Elle cherche à envoyer un message depuis le graphiste jusqu'à l'individu dans un caractère artistique, fortement connotatif, en reposant sur l'humour et l'analyse des situations. Mais du point de vue académique, Filippo BALDINUCCI définit le terme « caricature » ainsi : « *Les peintres et les sculpteurs désignent ainsi, une méthode qui consiste à faire des portraits, en recherchant une ressemblance aussi complète que possible avec la physionomie de la personne représentée, tout en accusant certaines caractéristiques et en faisant ressortir les défauts dans le but de se divertir et parfois se moquer, de sorte que dans l'ensemble, le portrait puisse donner l'impression de voir le sujet lui-même, alors que des éléments sont modifiés*¹ ».

Née dans la pratique du dessin et de la peinture, la caricature s'épanouit avec le développement de l'imprimerie et l'expansion de la presse, comme genre graphique et éditorial à part entière ou adjuvant graphique à la fabrique de l'opinion, inscrite de facto dans les gènes de la liberté de la presse. L'histoire de cette pratique artistique non limitée à la presse est riche en satires de tous les niveaux, diverse dans ses genres éditoriaux, polymorphe dans ses expressions visuelles, avec le dessin bien sûr, mais aussi le volume, la peinture. Toutefois, l'usage commun appelle aussi *signes* ces *dessins* qui reproduisent quelque chose, mais sous une forme stylisée, si bien qu'il n'importe pas tant de reconnaître la chose représentée qu'un contenu « autre » pour laquelle la chose représentée est mise. Des objets ont la particularité de symboliser une religion ou une idéologie, tels que « la croix, le croissant, la faucille et le marteau sont en lieu du christianisme, de l'islamisme et du communisme. Ce sont des formes très présents dans les œuvres caricaturales et dont les représentations ont des fonctions iconiques. Umberto Eco nomme ces formes « *emblèmes qui ont pour rôle de supporter les manipulations de l'expression ayant une incidence sur le contenu du dessin*² ».

Le caricaturiste, quel que soit la fonction qu'il attribue à son dessin, a tendance à emprunter la voie de l'ironie pour provoquer le rire des lecteurs. Cet état de fait donne une idée claire sur le statut fort important qu'occupe cette notion dans l'œuvre caricaturale d'où

l'intérêt que nous portons à sa définition. Selon A. DELIGNE et O. MORI, « *L'ironie est une manière de se moquer en appuyant un trait opposé à celui qui caractérise la personne*³ ».

Partant du constat que, tout dessin de presse entrant dans la catégorie des «dessins à charge» ne produit pas le rire et n'est pas forcément ressenti comme humoristique par les récepteurs. Pourtant, ce dessin qui montre, comme la photographie, des caractéristiques analogiques (icônes), n'en présente pas moins des traits accentués, déformants, qui permettent de le désigner comme « caricature », et ce, sans tenir compte des effets divers en réception⁴. En s'appropriant une telle place dans la caricature, l'icône force tout chercheur à s'attarder devant sa compréhension avant d'aborder d'autres éléments cognitifs. Dans son œuvre intitulée « Ecrits sur le signe », Charles Sanders PEIRCE écrit : « *On appelle (icône) en sémiotique un type de signes motivés par la ressemblance avec les objets du monde. Le portrait, l'image dans le miroir, les hiéroglyphes, la carte géographique, l'imitation d'un cri d'un animal, etc., sont des icônes qui se distinguent en cela des signes et des symboles*⁵ ».

Pour expliquer le phénomène iconique, Umberto Eco s'articule sur les travaux de PEIRCE à propos de la définition de l'icône et écrit : « *C'est le piège dans lequel tomberait celui qui, aujourd'hui, prendrait au pied de la lettre une définition de PEIRCE selon laquelle (une icône est un signe qui renvoie à l'objet qu'il dénote simplement en vertu des caractères qu'il possède, que cet objet existe réellement ou non). L'interprétation la plus naturelle d'une telle définition aboutit à prendre pour exemple achevé de l'icône un dessin représentant un animal, représentation possible même si cet animal n'existe pas. Mais Peirce compte aussi au nombre des diagrammes et les métaphores ; les premiers parce qu'ils reproduisent des relations non point de ressemblance sensible avec l'objet, mais (des parties d'une chose par des relations analogues dans leurs propres parties), les secondes parce qu'elles (représentent le caractère représentatif d'un représentamen en représentant un parallélisme dans quelque chose d'autre*⁶ ».

2. L'identité ironique de l'art de la caricature :

La perspective traditionnelle de l'ironie est connue l'explication la plus simple qui soit ; à savoir « *un renversement du sens, proche de l'antiphrase* », mais cette définition s'avère un petit peu insuffisante voire même réductrice, selon Catherine KERBRAT-ORECCIONI⁷. En fait, l'interrogation sur la portée réelle de l'ironie remonte à la rhétorique antique qui considérait l'ironie comme « *figure de mot et figure de pensée* », comme le souligne Laurent PERRIN⁸ en retraçant de façon éclairante les principales étapes de ce débat dans la tradition rhétorique.

Afin de mettre le doigt sur la signification du terme « ironie », il convient de souligner sa propriété essentielle qui se signale plus souvent par le changement interprétatif qu'elle provoque en cours de lecture dans l'œuvre caricaturale. Elle survient dans un ensemble où elle se laisse déceler par contraste avec un contexte élaboré en vue d'un effet à produire. Werner HOFMANN explique ce propos par ceci : « *La comparaison est la seule à pouvoir réunir les multiples apparences en un univers cohérent de forme, elle trouve en effet la règle du beau idéal de même que son contraire le laid. Dès que l'objectivation du beau est reformulée comme but pour la création artistique, l'imagination créatrice peut également s'engager à son inverse pour trouver la forme idéale de la conformité, la caricature et à savoir si une image déformée nous semble drôle ou grotesque, donc "caricaturale", est déterminée par la contradiction qui existe entre la caricature et les leitmotivs académiques de l'idéal, du beau et de l'harmonie*⁹ ».

La caricature présente (un point de vue, un récit...), pris au départ comme déjà vu et raconté de bonne foi ; c'est-à-dire comme engageant le caricaturiste et le lecteur ensemble, mais suscitant le questionnaire du lecteur (l'opinion sociale), créant par conséquent un effet de distanciation, qui mène, dans le cas de l'ironie, à une remise en question du sens déjà

engagé en première intention. La définition que donnent Alain DELIGNE et Olga MORI converge exactement dans ce sens : « *L'ironie est une manière de se moquer en appuyant un trait opposé à celui qui caractérise la personne* ¹⁰ ».

L'ironie est avant tout une vertu sociale qui manifeste chez l'homme une volonté de communiquer avec ses semblables. Sa pratique se concrétise via l'usage du langage discours/image comme l'outil le plus simple et le plus efficace qui lui permet d'atteindre l'autre. Cette réalité prédispose le procédé ironique à s'installer entant qu'un langage ayant son propre jeu/stratégie dans le but d'éveiller la pensée. Ce qui laisse entendre qu'il est possible de considérer l'ironie dans l'œuvre caricaturale comme une sorte de comique instrumentalisé, en vue d'une fin sérieuse. Qu'elle se caractérise dans un cadre esthétique (littéraire, artistique), ou dans une édification morale (ironie morale), ou dans une pensée purement cognitive (ironie logique et philosophique), l'ironie préserve toujours « *une figure macrostructurale* ¹¹ » comme le souligne avec précision Georges MOLINIÉ dans son Dictionnaire de rhétorique.

S'il est certifié dans la caricature, que l'ironie use de certaines figures de styles comme *l'antiphrase* (dire le contraire de ce qu'on pense) en usant de la déformation, la *litote* (dire le moins pour faire entendre le plus) par le biais des phrases très concises, ou encore *l'hyperbole* (dire le plus pour faire entendre le moins) via la charge exagérée du dessin, il n'en demeure pas moins que c'est la « *pseudologie* ¹² » est le terme qui caractérise le plus le fonctionnement du procédé ironique. Cette caractéristique rhétorique est une des armes les plus puissantes de la caricature, en apparence innocente, mais qui permet une compréhension rapide du message sans trop réfléchir car les sens évoqués développent peu de résistance chez le lectorat. « *S'il est une chose sur laquelle les théoriciens de l'ironie sont d'accord* », affirme Linda HUTCHEON, « *c'est que dans un texte qui se veut ironique, il faut que l'acte de lecture soit dirigé au-delà du texte (comme unité sémantique ou syntaxique) vers un décodage de l'intention évaluative, donc ironique, de l'auteur* ¹³ ». Dans le cas de la caricature, pour que l'ironie se transforme en interprétation d'un message implicite, il est nécessaire que le dessin gonfle et exagère le propos. Ceci explique le caractère itératif des séquences ironiques, car l'amplification est souvent produite, par de là des figures rhétoriques telles que l'hyperbole et l'antiphrase, par la répétition des effets incongrus, comme le souligne si clairement Danielle FORGET en écrivant : « *L'ironie se déploie sur des portions plus ou moins importantes du texte, à fonction récurrente, c'est-à-dire se renforçant les unes les autres* ¹⁴ ».

Il est une ironie élémentaire qui a tendance à se confondre avec la connaissance et qui est, comme l'art, fille du loisir. L'ironie, assurément, est trop morale pour être vraiment artiste, comme elle est trop cruelle pour être vraiment comique. Néanmoins voici un trait qui les rapproche : l'art, le comique et l'ironie deviennent possibles là où se relâche l'urgence vitale. Mais l'humoriste est plus libéré encore que le rieur ; car ce dernier bien souvent ne se dépêche de rire que pour n'avoir pas à pleurer ; ils croient qu'ils préviendront le danger rien qu'en le nommant, et ils font les esprits forts, dans l'espoir de le gagner de vitesse. L'ironie qui ne craint plus les surprises, joue avec le danger. De ce fait, jaillit une ironie qui se manifeste toujours en effet par une apparente contradiction entre un certain état d'esprit et sa manifestation concrète, entre « *l'intention signifiante* » et « *le signe* ». Paul VALÉRY définit ce processus comme : « *Un mode qui use du signe contraire à l'intention* ¹⁵ ».

Sur le plan socio-culturel, l'ironie dans l'œuvre caricaturale, agit de deux façons : par la thématique ; elle raffermi et réaffirme l'identité du groupe. Par le rire que procure l'ironie, elle crée une nouvelle communauté fusionnelle. En décrivant la caricature, Ronald SEARLE écrit : « *L'histoire de la caricature est l'histoire de la conscience de la société.* » ¹⁶ Dans le but de renforcer cette pensée, V. Jankélévitch écrit : « *Si le but de l'ironie ne peut être la contemplation de soi, ce n'est pas d'avantage une fin transcendante, quelque génie de l'espèce comme celui de la méta-biologie de Schopenhauer invoque pour expliquer le mystère*

de la pudeur. »¹⁷ Par sa thématique tout d'abord, l'ironie cherche à réaffirmer la spécificité du groupe, donner les preuves de son vouloir vivre en commun et par conséquent, elle représente une manière d'être et de penser, car la caricature est un mouvement de conscience qui révèle une vérité fondamentale. Dans l'ironie, comme l'écrit Vladimir JANKELEVICH, nous affirmons que : « *Le tout est aussi nécessaire que le détail est contingent*¹⁸ ».

3. L'iconicité de l'art de la caricature :

Les grecs appelaient *icone* « une sculpture représentant fidèlement un modèle humain à l'échelle¹⁹ ». Cette définition trouve un élément de compatibilité avec le fait que la perception est un phénomène physiologique. L'œil humain est un appareil organique qui transmet les sensations de la vision au cerveau. Mais percevoir n'est pas seulement affaire d'organe et d'individu. C'est une opération mentale complexe, liée à notre activité psychique toute entière. Et, à travers l'individu et son histoire propre, à son éducation, à la société, à la culture dont les acquis définissent sa pensée. En quelque sorte nous percevons surtout ce que nous connaissons du monde. Ce que nous comprenons à travers l'œuvre caricaturale est lié mécaniquement à certains déterminants émanant du contexte de civilisation tout entier : techniques, mœurs, croyances, religion, morale, philosophie...etc. à travers ce visionnage, se construit le phénomène iconique sous formes de signes, de symboles, de représentations et de ressemblances.

Si la définition de l'icône, citée supra, donne une forte impression d'avoir cerné le terme du point de vue terminologique, il n'en demeure pas moins qu'il reste aussi utile de donner une autre définition au mot « *iconicité* » qui s'octroie une place privilégiée dans un contexte lié au thème de la caricature. Selon le Dictionnaire des sciences du langage, le terme « *iconicité* » désigne : « *La propriété du signe iconique, qui réside dans la ressemblance avec les objets du monde. Au-delà de cette perspective, l'iconicité conceptualise la problématique de l'arbitraire et de la motivation du signe linguistique, autrement dit celle de la similitude entre les formes de la langue et leurs significations*²⁰ ».

La caricature reflète le signifié et le symbolise. Elle est donc un signe et le succès de la caricature dépend fondamentalement des relations entre le signe et le signifié. À ce propos, Maurice Lacombe dit de la caricature : « *C'est l'art de déformer une image pour faire un tableau vrai*²¹ ». A vrai dire, il existe deux sortes de signifiés dans la caricature : *lesignifié explicite* (les personnages, les objets ou encore les actions réelles que le dessinateur choisit de représenter) et *signifié latent* relatif à (l'interprétation que l'auteur peut s'attendre qu'en donne le lecteur à partir d'éléments connotatifs ou à priori qu'ils ont en commun). En gros, la caricature a pour rôle principal de représenter le mécanisme de jeu entre ces deux signifiés, mais il ne faut perdre de vue qu'il existe un troisième intervenant qui rentre dans ce jeu ; il s'agit du *signe* qui se charge de représenter symboliquement les deux signifiés.

Parfois la distinction des zones est proposée avec des intentions épistémologiques plus radicales. Reportons-nous à cette intervention de Gilbert HARMAN²² : « *La fumée signifie le feu et le mot combustion signifie feu, mais signifie dans les deux cas n'a pas le même sens. Par conséquent, le mot signifier est ambigu* ». En effet, dire que la fumée signifie le feu, c'est dire que la fumée est un symptôme, un signe, une indication, une preuve du feu. Dire que le mot *combustion* signifie feu, c'est dire que les gens emploient ce mot pour signifier feu. En outre, il n'y a pas un sens ordinaire du mot *signifier* où l'image d'un homme signifie soit un homme soit cet homme. Cela suggère que « la théorie de PEIRCE²³ » comprend au moins trois sujets assez différents : une théorie du signifié entendu/vu, une théorie de la preuve et une théorie de la représentation picturale. En lisant une caricature, on ne peut passer devant des tournures pareilles à celle qui vient d'être citée supra sans s'apercevoir que c'est une pratique récurrente dans laquelle à titre exemple, le caricaturiste dessine une personne connue pour faire allusion à la *corruption* sans qualifier l'intéressée par le terme sensé le désigner dans un

contexte socioculturel. Pour illustrer cette pratique, Joseph COURTES écrit : « Dans tous les cas, il va de soi que le choix des signifiants est le fait d'une société et/ou d'une culture déterminée, à un moment donné de son devenir, de son histoire. Cela veut dire tout d'abord qu'il n'y a pas de signifiant universel, que le signifiant fait l'objet d'un choix socioculturel toujours particulier local (c'est-à-dire propre à un pays, à une culture donnée)²⁴ ».

Le phénomène pseudo-iconique est un processus qui a une histoire assez marquante pour l'esprit du lecteur de l'œuvre caricaturale d'où l'intérêt qu'a suscité pour lui Gombrich lorsqu'il relève la ressemblance flagrante entre le signe et le symbole, même si l'un et l'autre n'ont aucune ressemblance physique, en disant : « Ni la présence de certaines propriétés élémentaires, ni la présence d'une fonction identique ne constituent le résultat de l'impression d'iconisme, mais qu'elles sont l'opération constitutive²⁵ ». À titre d'exemple, dans son essai à propos du *petit cheval-jouet fait d'un manche à balai*, Ernst H. GOMBRICH démontre que la relation présumée iconique ne dépend pas d'une ressemblance de forme, si ce n'est dans le sens que le *manche à balai* a une dimension *linéaire* qu'on peut aussi repérer chez le *cheval*. En réalité, le seul aspect que le *bâton* a en commun avec le *cheval* est qu'il peut être *chevauché* : c'est ainsi que l'enfant rend pertinente dans le bâton une des fonctions accomplies par les chevaux réels. L'enfant ne choisit pas le *bâton* comme *objet*, parce qu'il ressemble au *cheval*, mais parce qu'il peut être utilisé de la même manière d'un point de vue *symbolique*. Cet exemple devient révélateur dans un sens où le *bâton* peut devenir l'*icône* d'un *cheval*, d'un *sceptre* ou d'une *épée*. Dans tous les cas de figure, l'élément récurrent de tous ces objets est une *propriété de linéarité* aussi verticale qu'horizontale. Cette caractéristique dite *pseudo-iconique* est souvent utilisée dans la caricature, à travers la présentation des personnages dans diverses formes.

L'iconicité, entant que processus, agit dans le contexte caricatural en usant de ses cinq principes fondamentaux qui constituent sa théorie. Cette dernière a pour point de départ le signe qui joue le rôle de l'électron autour duquel les autres ions tournent, chose qui pousse à commencer par sa définition en reprenant le propos de Charles Sanders PEIRCE : « Je définis un Signe comme quelque chose qui est si déterminé par quelque chose d'autre, appelé son Objet, et qui détermine de telle façon un effet sur une personne, lequel effet j'appelle son Interprétant, que ce dernier est par là même médiatement déterminé par le premier²⁶ ». Autrement dit, l'effet est déterminé par le signe, qui est lui-même déterminé par l'objet, si bien que c'est l'objet qui est à l'origine de tout le processus de signification, donnant par là une forme au signe.

La caricature appartient au symbolique et représente le réel en l'exagérant pour produire un effet comique, mais aussi ironique en ayant pour source de représentation les signifiés. Il s'agit en effet de faits, d'événements, d'idées ou encore de personnages tirés de la réalité. Ils sont liés à une certaine actualité. Dans ce système, le dessin est donc le reflet du signifié ; voire le réel ou l'expérience. Sans signifié, il n'y a pas de caricature, puisque la caricature est une déformation, il faut un signifié pour qu'il soit déformé. Dans ce contexte, Maurice LACOMBE écrit : « Caricature est un terme de peinture ou de dessin par lequel on entend un portrait-charge dont les défauts naturels sont agrémentés, de manières cependant, qu'on y trouve la ressemblance de la personne qu'on a voulu tourner en ridicule²⁷ ».

François-Bernard HUYGHE relève un côté psychologique et iconique en même temps dans l'image en écrivant : « L'image est souvent créditée d'un accès « direct » à l'inconscient et de pouvoirs hypnotique ; elle entretiendrait ses spectateurs dans une léthargie béate et leur offrirait des rêves à bon marché, en particulier à travers les icônes de la société de consommation²⁸ ». Si c'est le cas de l'influence de l'image sur le côté affect de l'être humain, il n'en est pas moins sur le plan sémiotique, Ch. S. PEIRCE lui-même reconnaît à la caricature un statut index (indice) : « Attirant notre attention sur le fragment de réalité qu'elle reproduit iconiquement²⁹ ». En effet, la portée de la théorie de l'iconicité est tout naturellement

sémantique, au sens de « *l'étude de la relation entre le signe et son objet* ». Or, c'est en vertu de la nature de cette relation entre signe et objet que Peirce a dégagé ses trois classes de signes les mieux connues, à savoir « *l'icône, l'indice et le symbole* », selon que la relation relève de la ressemblance, de la contiguïté existentielle ou de la convention. Pour PEIRCE, tout indice comporte ou implique une forme d'icône, et tout symbole une forme d'indice, si bien que tout symbole comporte ou implique une forme d'icône³⁰. Et c'est en vertu de ce principe de l'implication de l'icône dans le symbole que Roman JAKOBSON a pu trouver l'essence du langage dans la motivation du signe par son objet. Lorsque Genette prétend que : « *Le langage signifie sans imiter*³¹ », les iconistes rétorquent : « *Au contraire, c'est bien parce qu'il imite que le langage a la capacité de signifier.* » Les trois modes d'être possibles de l'icône permettent de dégager non pas un, mais trois degrés d'iconicité distingués par ordre de complexité croissant et appelés respectivement *l'image*, qui est une simple communauté de qualité(s) partagées par le signe et son objet ; le *diagramme*, où les éléments et les relations entre éléments dans l'objet déterminent des éléments et des relations analogues dans le signe ; et enfin, la *métaphore*, où le signe représente un parallélisme dans l'objet³².

La caricature agit via la méthode iconique en usant du processus de la *similitude*, car partant du constat que « *Tout signe est iconique quand il peut représenter son objet essentiellement par similarité* », selon Ch. S. Peirce³³, dire qu'un signe est similaire à son objet n'est pas la même chose que de dire qu'il a les mêmes propriétés. Cependant, il existe une notion de similitude qui a un statut scientifique, qui lui permet d'intervenir dans le dessin caricatural dans un contexte de convention culturelle, en lui permettant de s'introduire à l'esprit du destinataire sans la moindre obstruction. En opposition aux théories qui affirment le caractère naturel des signes iconiques, il existe des preuves tout à fait concluantes de leur caractère conventionnel. Plusieurs caricaturistes ont produit des imitations, qui par la suite sont devenues quasi-parfaites et même si elles étaient refusées en premier temps à cause de leur caractère « peu réaliste » vue la charge ou la déformation exagérée ; un exemple cité par E. GOMBRICH³⁴ dans un son œuvre intitulée : « *Méditations* ». Umberto ECO explique ce phénomène en écrivant : « *Cela signifie que le caricaturiste avait inventé un type de transformation selon des règles qui n'étaient pas encore acquises par la collectivité. Tout le long de l'histoire des arts visuels, on trouve des représentations iconiques qui dans un premier temps, n'ont pas été reconnues comme telles, puis au fur et à mesure que leurs destinataires s'y accoutumaient, devenaient conventionnelles au point de sembler plus « naturelles », si bien que, par la suite, la perception de la nature était « filtrée » par le modèle iconique dominant*³⁵ ».

4. La complémentarité ironique et iconique dans la caricature :

La caricature est un message visuel bref qui se subdivise en message linguistique qui est la partie écrite du message, et le message iconique qui est la partie image. Il existe aussi des messages mixtes. En domaine de la caricature, la légende est la partie écrite qui compose le message linguistique. Elle constitue un auxiliaire destiné à faciliter la lecture du dessin. Elle complète là où le caricaturiste ne peut pas s'exprimer par le trait. Maurice Lacombe explique cette idée via la citation suivante qui définit le terme de la *Charge* dans la caricature : « *On donne en général ce nom, dans le dessin, à tout ce qui est outré et hors de vraisemblance. Mais on appelle particulièrement ainsi une exagération burlesque des parties les plus marquées du visage de façon que la ressemblance soit conservée et que l'on puisse reconnaître la pensée dont on fait la charge*³⁶ ».

Icone et écriture sont liées historiquement. L'engendrement de l'écrit par l'image semble une grande constante. Les formes les plus anciennes de l'écriture sont les

*pictogrammes*¹, les glyphes (image en grec). Les pictogrammes sont des réalisations graphiques à fort degré d'iconicité : ils figurent les objets du réel par analogie, mais ils se distinguent de l'icône proprement dite par leur fonction de communication. Michel RIOle rapproche de l'art de la caricature en écrivant que « *les pictogrammes ne sont pas vraiment de l'écrit au sens moderne du mot, ils sont du texte. Ces dessins ou tableaux donnent lieu à la parole, transmettent socialement du sens. Ces dessins ne sont pas des illustrations mais des transcriptions de mots dans une langue déterminée* »³⁷.

La caricature est un mode de communication basé sur la schématisation du réel en se basant sur une vision lointaine mais efficace. En effet, le caricaturiste enregistre une séquence de faits inspirés du vécu dans le but de les exploiter dans un cadre de spontanéité par la suite. Il voit un côté typique de l'objet que les autres aperçoivent à peine. Il investit via ce don pour provoquer le rire en exagérant la situation par le biais des comiques de représentation et de situation. Cette façon de faire coïncide exactement avec les propositions de Jacques Le Goff qui dit du rire qu'il est : « *une conduite sociale qui suppose des codes, des rites, des acteurs, un théâtre* »³⁸, favorisant une complicité, une contamination voire une communion, en structurant la société où il s'épanouit. L'empreinte de ces éléments favorise l'émergence d'une complicité entre l'ironique et l'iconique dans la caricature.

D'un point de vue technique, l'utilisation de la *ligne* en domaine graphique est une pratique courante chez le caricaturiste, pour ce qu'elle a comme rôle prépondérant en domaine de l'imagerie populaire. Le graphiste, qu'il soit dessinateur, graveur ou calligraphe invente pour la ligne son propre mode d'expression : le trait, élément fondamental, est à proprement parler le traitement singulier de la ligne : épaisseur, force, intensité, densité, et toutes ses combinaisons constituent un champ de création et d'expression qui appartient à l'art de la caricature et à son histoire. Le dessin à charge est une représentation qui prend en considération ces derniers éléments dans le but d'apporter une touche iconique en évoquant des volumes des personnages, en renflouant la masse corporelle..., il est, plus qu'une technique ornementale, c'est une véritable expression esthétique, philosophique du monde entant que signe.

Dans la pratique caricaturale, la métaphore représente une technique très récurrente à laquelle le caricaturiste recourt souvent. « *C'est une « figure par laquelle on transporte, pour ainsi dire, la signification propre d'un mot à une signification qui ne lui convient qu'en vertu d'une comparaison qui est dans l'esprit* »³⁹, selon Michel Le GUERN. Cette figure se concrétise dans l'œuvre caricaturale via l'association de deux éléments (personnage/animal ou personne/chose). Elle est à la base d'un type de caricatures très fréquentes et bien traditionnel en fait. Cette classe de caricatures métaphoriques est fondée sur l'analogie existant entre l'image que le caricaturiste a de la personne (le signe ou le thème) et celle qu'il se fait de l'animal ou de l'objet (le symbole ou le phore). A ce niveau, il faut distinguer entre deux catégories de caricatures : **1)** celles où les deux images s'intègrent dans un seul et même dessin, mais ne cessent pas d'être identifiables, et **2)** celles où le caricaturiste se contente de plaquer sur l'objet ou sur le corps de l'animal une tête humaine, elle-même caricaturée. Ce jeu a une représentativité double ; une façon de présenter un thème en associant l'ironie à l'icône qu'elle soit objet ou animal ou autre et pour caractériser et spécifier la personnalité de la personne dessinée. Ch. S. PEIRCE appuie cette idée en associant l'icône explicitement à une imagerie mentale par le propos suivant : « *La seule façon de communiquer une idée, c'est par le moyen d'une icône. Les icônes mentales sont des images visuelles à quoi le signe renvoie. Le symbole vaut pour l'acte de conscience, et cet acte de conscience est une idée qui peut se*

¹ - On appelle pictogrammes des dessins de divers types en une ou plusieurs couleurs qui, en dehors de leur intérêt ornemental et esthétique, reproduisent le contenu d'un message sans se référer à sa forme linguistique. Ces dessins racontent une histoire, mais sans relation visible avec un énoncé parlé unique, l'histoire se reconstituant un peu comme le sujet d'un tableau. Cf. le Dictionnaire de linguistique, p.366.

combiner, pour aboutir à des idées complexes⁴⁰». L'idée contenue dans la dernière citation (PEIRCE) s'explique par l'exemple suivant : le fait d'appeler *icône* une *photographie* est une pure métaphore, car l'icône est, à proprement parler, l'image mentale que cette photographie suscite.

Nul n'est en position de nier le fait phénomène contenant la dualité (iconique/conscience), adhère parfaitement au procédé bipolaire (ironique/iconique) dans l'art de la caricature, auquel on a fait allusion au niveau de la problématique de cet article.

Conclusion :

S'il existe une vérité incontestable en domaine de la caricature, c'est bel et bien celle de la richesse caractérielle dont dispose cet art plastique. S'il y a un domaine qui a su trouver le juste milieu d'une relation complémentaire entre l'image et le langage, il n'est plus question de douter de la complicité se trouvant dans la caricature. Donc, qualifiant l'art de la caricature, il nous est de droit de conclure par cette interjection : « *N'est-ce pas du génie !* ».

Bibliographie :

-
- ¹- Ernst Gombrich, « L'art et l'illusion ; Psychologie de la représentation picturale », Trad. Guy Durand, Ed. Gallimard, Paris, 1971, p.425.
 - ²- Umberto Eco, « Sémiotique et philosophie du langage », Ed. Presses Universitaires de France, 2006, p.22.
 - ³- Alain Deligne et Olga Mori, « Caricatures et noms, tentative de rapprochement », in *Persée*, n°53, 1990, p.6
 - ⁴- Anne-Marie Houdebine-Gravaud et Mae Pozas, « De l'humour dans les dessins de presse », *Questions de communication*, n°10 | 2006, p.43-64.
 - ⁵- Franc Neveu, *Idem*, p.154.
 - ⁶- Umberto Eco, « Le signe », Ed. Labor, Bruxelles pour la traduction française, 1988, p.222.
 - ⁷- Catherine Kerbrat-Orecchioni, « L'implicite », Paris, Ed. Armand Colin, 1986, p.55.
 - ⁸- Laurent Perrin, « L'ironie mise en trope », Ed. Krimé, Paris, 1996, p.65.
 - ⁹- [http : //www.perso.wanadoo.fr/artdeco.frnce/caricatre.htm](http://www.perso.wanadoo.fr/artdeco.frnce/caricatre.htm), le site « La caricature ou le parti d'en rire », consulté le 12/02/2015.
 - ¹⁰- Alain Deligne et Olga Mori, *idem*, p.30.
 - ¹¹- Georges Molinié, « Le Dictionnaire de rhétorique », Livre de poche, 1992, p.180.
 - ¹²- Vladimir Jankélévitch utilise le terme « pseudologie » pour désigner la figure caractéristique de l'ironie qui est l'allégorie.
 - ¹³- Linda Hutcheon, « Ironie, satire, parodie. Une approche pragmatique de l'ironie », *Poétique*, Paris, volume 12, n°46, 1981, p.141.
 - ¹⁴- Danielle Forget, « L'ironie : stratégie de discours et pouvoir argumentatif », *Etudes littéraires*, Montréal, vol.12, n°3, automne 2000-hiver 2001, p.44.

-
- ¹⁵ - Jean-Claude Poizat, « Le rire a-t-il de l'esprit ? De l'ironie philosophique à la philosophie de l'ironie », *Le Philosophoire*, 2002 n°17, p. 61-87.
- ¹⁶ - Ronald Searle, « L'offenbach Post », 02 février 1974, Cf. planche 19.
- ¹⁷ - Vladimir Jankélévitch, « L'ironie ou la bonne conscience », Presses Universitaires Françaises, p.162.
- ¹⁸ - Ibidem, p.163.
- ¹⁹ - Jean-Claude Fozza et autres, « Petite fabrique de l'image, Parcours théorique et thématique », Ed. Magnard, France, 1990, p.12.
- ²⁰ - Franck Neveu, « Dictionnaire des sciences du langage », Ed. Armand Colin, Paris, 2004, p. 151
- ²¹ - Ronald Searle, idem.
- ²² - Harman cité par Eco dans « Sémiotique et philosophie du langage », p.21
- ²³ - Peirce cité par Eco, idem.
- ²⁴ - Joseph Courtés, « La sémiotique du langage », Ed. Armand Colin, 2007, p.42.
- ²⁵ - Gombrich cité par Umberto Eco, « La production des signes », p.56.
- ²⁶ - Charles Sanders Peirce, « Lettre à Lady Welby » du 23 décembre 1908.
- ²⁷ - Maurice Lacombe, idem, p.55.
- ²⁸ - <http://www.huyghe.> Le site de François-Bernard Huyghe, « Anthologie de textes sur l'image », consulté le 04/12/2016
- ²⁹ - Umberto Eco, « Le signe : Histoire et analyse d'un concept », Labor, coll. « Le livre de Poche », Paris, 1988, p.223.
- ³⁰ - Charles Sanders Peirce, « *Papiers Collectés* », I-V », Cambridge, Presses Universitaires, 1965, 2.247-9.
- ³¹ - Gérard Genette, « *Figures III* », Paris, Seuil, 1972, p. 185.
- ³² - Peirce, op.cit. p.277.
- ³³ - Umberto Eco, « La production des signes », Ed. Le livre de poche, France, 1992, pp.
- ³⁴ - Ernst Gombrich, « *Méditations et d'autres essais à propos de la théorie de l'art* », Londres, 1963, p.78.
- ³⁵ - Umberto Eco, Idem, p.53
- ³⁶ - Dictionnaire portrait des beaux-arts, p.1753.
- ³⁷ - Jean-Claude Fozza et autres, ibid., p.23.
- ³⁸ - Jacques Le Goff, « *Rire au moyen Age* », Ed. Gallimard, Paris, 1999, p.343.
- ³⁹ - Michel Le Guern, « *Sémantique de la métaphore et de la métonymie* », Ed. Larousse, Paris, 1973, p.11.
- ⁴⁰ - Umberto Eco, « Le signe », p.223.