

**La rhétorique de discours caricatural dans la presse
écrite algérienne et les techniques d'analyse
enseignante à l'université d'alger3**

amraniourida@yahoo.fr

INTRODUCTION

Aujourd'hui, les médias de masses telles que la presse écrite algérienne représentent la voix royale de la diffusion de l'information, notamment grâce à ces caricatures prodigieuses qui la caractérisent et c'est le choix le plus estimé des lecteurs algériens. En effet, la caricature journalistique a gagné beaucoup de terrain en Algérie vu son caractère attractif, bref et rapide dans la transmission du message. Sa façon de représenter les choses est très particulière ; d'une part, elle exige une grande économie de traits et de mots et d'autre part, elle se focalise sur l'image en faisant appel à l'exagération des traits et des personnages représentés. Toutefois, nous avons constaté que la caricature de la presse écrite algérienne représente la situation actuelle telle qu'elle est vécue dans la société. Effectivement, les caricaturistes (comme Bakki et Hic par exp) dépeignent les faits et les événements sociaux et politiques ou autres en faisant en sorte que les caricatures véhiculent une foule d'opinions sur l'actualité du fait. Cependant, le caricaturiste met en exergue, dans la caricature, plusieurs éléments linguistiques et socioculturels et des figures de la rhétorique pour personnifier et identifier un groupe d'individus. Pour ce faire, il soulève certains points qui participent aisément à la construction de notre identité. Il confère à son image une grande latitude en faisant référence à des stéréotypes de tout genre (ethnique, ethno-nationaux et linguistique) pour regorger la réalité tel qu'elle est vécue, dite et interagie en Algérie; en utilisant le discours, les mots et les symboles qui renvoient à la société algérienne. Dans ce sens, les stéréotypes qui sont articulés dans le dessin de la presse permettent de catégoriser les personnages qui figurent dans l'image en

fonction de leur langue, leur appartenance ethno-nationale. Cela dit, le caricaturiste mobilise plusieurs items pour définir l'identité algérienne qui apparaît dans les différents discours à travers des traits et des aspects linguistiques et culturels qui lui sont spécifiques.

La sémiologie, étude historique.

Le terme de « *sémiotique* » est apparu il y a longtemps dans le langage platonicien aux côtés du « *fait de savoir lire et écrire* » en s'intégrant à la « philosophie » (art du raisonnement) mais il semble que la sémiotique grecque n'ait eu pour but que de classer les « signes » de la pensée afin de les ordonner dans une logique très philosophique. Elle s'apparentait de ce fait à ce que l'on nomme maintenant la logique formelle. Le terme s'est perdu longtemps mais a refait apparition dans l'œuvre du philosophe anglais John Locke (1632-1704) qui est le premier à utiliser le terme de sémiotique (*sémiotikè*) au sens de « connaissance des signes »² et à envisager l'importance pour la compréhension du rapport de l'homme au monde dans ce domaine d'étude. Il écrit³ : « [...] je crois qu'on peut diviser la science en trois espèces. [...] la troisième peut être appelée sémiotique ou la connaissance des signes [...] son emploi consiste à considérer la nature des signes dont l'esprit se sert pour entendre les choses, ou pour communiquer la connaissance aux autres. Car puisque entre les choses que l'esprit contemple il n'y en a aucune, excepté lui-même, qui soit présente à l'entendement, il est nécessaire que quelque chose se présente à lui comme figure ou représentation de la chose qu'il considère, et ce sont les idées. Mais parce que la scène des idées qui constitue les pensées d'un homme, ne peut pas paraître immédiatement à la vue d'un autre homme, ni être conservée ailleurs que dans la mémoire, qui n'est pas un réservoir fort

² Un sens proche de celui de Platon

³ LOCKE John, *Essai philosophique concernant l'entendement humain*, livre IV, chapitre XXI, Vrin, 1972.

assuré, nous avons besoin de figures de nos idées pour pouvoir nous entre -communiquer nos pensées aussi bien que pour les enregistrer pour notre propre usage. Les signes que les hommes ont trouvés les plus commodes, et dont ils ont fait par conséquent un usage plus général, ce sont les sons articulés. C'est pourquoi la considération des idées et des mots, en tant qu'ils sont les grands instruments de la connaissance, fait une partie assez importante de leurs contemplations, s'ils veulent envisager la connaissance humaine dans toute son étendue»

À la fin du XIXe siècle, les premières définitions précises de l'ancienne..... Un sens proche de celui de Platon. "Sémiotikê" furent données par un universitaire américain Charles Sanders Peirce (1874 -1914) ; la science des signes est désormais appelée "sémiotique" ; et en même temps ou presque le Suisse Ferdinand de Saussure (1857 -1913) définit dans son CLG « la science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale »⁴ et qu'il nomme « sémiologie »

Alors on dit sémiotique ou sémiologie?

Ces deux termes sont synonymes. L'un et l'autre ont pour objet l'étude des signes et des systèmes de signification. Sémiologie renvoie davantage à Saussure, à Barthes, à Metz et de façon plus générale à la tradition européenne où les sciences dites humaines restent plus ou moins attachées aux mouvements littéraires, esthétiques et philosophiques. Sémiotique renvoie à Peirce, Morris et plus généralement à une tradition anglo-saxonne marquée par la logique.

Les deux termes rappellent respectivement Peirce et Saussure, ils définissent en réalité deux courants qui jusqu'à certaines limites convergent dans la mesure où ils se proposent d'élucider un même objet " le signe" dans les diverses formes qu'il peut revêtir. Mais très tôt, des nuances, voire des divergences, ont fait surface et ont élargi le clivage entre les deux savoirs.

⁴ HÉNAULT Anne, *Histoire de la sémiotique*, ed PUF, Coll. Que sais-je? , Paris, 1992, p 9

Christian Metz s'en est rendu compte lorsqu'il a déclaré que :
⁵ « chaque sémiotique ou sémie, est au domaine sémiologique ce que chaque langue est au langage. Le substantif sémiotique, emprunté aux Américains avec un léger changement de sens (puisqu'il désigne le plus souvent, outre-atlantique la sémiologie dans son ensemble)-ou encore le substantif sémie, emprunté à Eric Buysens, paraissent convenir l'un et l'autre à désigner chacune des parties du domaine sémiologique, chacun des ensembles qui sont au sémiologue ce que sont les langues au linguiste ».⁶

L'œuvre de Saussure a porté essentiellement sur le "signe" linguistique. La sémiologie, telle que Saussure l'évoque dans le Cours de linguistique générale, est « une science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale [...] nous la nommerons sémiologie (du grec *sémeîon*, « signe ») ».

Par la suite, Émile Benveniste a défini la langue comme étant l'interprétant de tous les autres systèmes sémiotiques, puisqu'il est impossible d'expliciter quoi que ce soit sans le langage.

La sémiotique ne se limite pas au signe linguistique ; elle décrit les systèmes de signes au sein de la vie sociale en prenant en compte leur dimension conventionnelle (car c'est en vertu d'une convention spécifique à une époque et à un lieu qu'un signe signifie quelque chose) et le rôle joué par l'interprétant. C'est Peirce qui a théorisé la question du caractère conventionnel du signe, soulignant par ailleurs que le signe est une chose qui en représente une autre pour quelqu'un.

La sémiotique linguistique structurale a donné naissance à une sémiotique littéraire, qui est une sémiotique narrative. Elle a en effet trouvé ses principales applications dans l'étude de la narration; elle a été illustrée notamment par les travaux de Roland Barthes, comme *Essais critiques* (1965), *S/Z* (1970) ou *Sade, Fourier*,

⁵ METZ Christian, « les sémiotiques ou sémies », dans *Communications*, n 7, Paris, ed Le Seuil, 1966, p. 23.

⁶ HÉNAULT Anne, *Histoire de la sémiotique*, ed PUF, Coll. Que sais-je? , Paris, 1992, p 9.

Loyola (1971), par ceux de A.J. Greimas, *Du sens, essais de sémiotique* (1970) et de Claude Lévi-Strauss, *Anthropologie structurale* (1973).

Les représentations que Saussure pouvait avoir de son entreprise intellectuelle se traduisent par un ensemble de déclarations, d'intentions et de jugements de valeur. Même dans ses crises personnelles les plus âcres, ses opinions expriment une croyance immuable en la valeur d'une vue véritablement théorique du travail linguistique. Cette théorisation de la linguistique était inséparable d'une conception plus globale visant à attribuer à cette science en train de se construire, une place dans la classification des sciences. Ceci amène Saussure à penser que les questions et leurs réponses se regrouperaient dans un ensemble plus vaste : « *la sémiologie comme psychologie sociale* » qu'il inscrit d'avance parmi les sciences théorématiques au même titre que les mathématiques.

Si le projet de Saussure était envisagé depuis 1916, il a fallu attendre 1943 avec *les langages et le discours* d'Eric Buysens pour avoir proposé le premier exposé systématique de la sémiologie. L'entreprise de Buysens allait avec les travaux de Luis-j .Prieto constituer un développement du projet saussurien connu sous le nom de *la sémiologie de la communication*.

De son côté, R .Barthes, en 1964, a mis en avant un autre courant sémiologique qu'il nomma *la sémiologie de la signification*. Très vite, une discorde a surgi entre les deux courants, à propos du fait que même *la sémiologie de la communication*, en dépit de son nom qui révélerait qu'elle est plus penchée sur le phénomène de la communication, propose de se focaliser sur la signification.

Cependant, les deux directions se ressemblent dans la mesure où elles représentent une continuation, avec plus ou moins d'extension, du projet sémiologique de Saussure. Mais les deux sémiologies diffèrent à propos de l'interprétation qu'elles attribuent au terme « *signe* »

La caricature

La caricature viole consciemment la règle de bonne représentation. Elle se base sur l'accentuation et la déformation de certains traits physiologiques du personnage connu et identifiable par le public.

La caricature selon Le Petit Larousse (1989) est:1 « Dessin, peinture, etc., donnant de quelqu'un, de quelque chose une image déformée de façon significative, outrée, burlesque. 2. (Description comique ou satirique d'une personne, d'une société. 3. Représentation infidèle d'une réalité. 4. Personne laide, ridicule. »⁷.

L'origine du mot caricature vient du latin « *carricar* » qui signifie « charger ». La caricature a plutôt mauvaise réputation, parce qu'elle charge. C'est l'art de déformer une image pour en faire un tableau plus authentique. Exagérer, défigurer, accuser sont, semble-t-il, les fonctions de base de la caricature.

Les premiers dessins qui ressemblent à des caricatures datent de l'époque néolithique. Il s'agit parfois de dessins de sorcier affublé d'une dépouille animale, provenant de diverses bêtes d'allure drôle, qui provoquent le rire.

Peut-on les considérer comme premières caricatures ? Quel était le but de l'homme qui dessinait ? Difficile à savoir. Toujours est-il que l'homme néolithique poursuivait cette tradition de dessin drôle... De nombreux dessins sur des vases, des fresques, certaines figurines d'argile sont parfois d'excellents exemples de déformation, d'exagération et de charge.

Egyptiens, Phéniciens, Grecs, Romains, ont laissé parfois de multiples exemples de dessins satiriques.

Les ruines de Pompéi, du Palatin et d'Ephèse contiennent de nombreux exemples de bandes dessinées ou taillées dans la pierre. Dans la mythologie égyptienne, le sphinx, lion androcéphale, ne devrions-nous pas lui accorder le statut même de caricature ? Le

⁷ Le petit LAROUSSE , Dictionnaire, 1989,in, Crem, centre de ressource en éducation aux médias 2003. Une caricature drôle ou blessante? In site: <http://www.reseau-crem.qc.ca/trousse/primcarica.pdf> , consulté le: 10.12.2015

Moyen Age était déjà riche en dessins satiriques qui n'ont été reconnus comme tels qu'à une date récente. Ainsi à l'origine, la caricature était partout sous forme de peintures murales, dessins sur papyrus, sur céramiques, vitraux, dessins gravés sur la pierre, sculptures sur bois, terre cuite, marbre, métal, miniatures, masques... etc. Ces objets n'étant pas reproduits, ils n'avaient aucune possibilité de diffusion.

Le rire étant un phénomène essentiellement humain, on peut supposer que l'art depuis ses origines, a mis au nombre de ses privilèges celui de provoquer. Et pourtant, le rire est aussi vieux que le monde. Parmi les nombreux témoignages de ce pouvoir, on retrouve l'un des plus anciens en Haute-Egypte, à Thèbes, où les dessinateurs du temps avaient caricaturé leurs dieux assistant à un concert.

Au long des siècles, l'apport de la Renaissance italienne et de Léonard de Vinci (1452-1519) en particulier, est primordial dans l'apparition et le développement de la caricature proprement dite. L'importance fondamentale accordée à l'homme, la recherche des proportions idéales du corps humain, l'évolution des concepts philosophiques qui n'assimilent plus le beau au bien et le laid au mal, comme durant les siècles précédents, tous ces éléments ont contribué à renouveler le concept avec lequel on aborde l'étude de la figure humaine. Tout le monde s'accorde, cependant, à ne pas rattacher directement les nombreuses études des "Têtes grotesques" de Léonard de Vinci à la caricature proprement dite : celle-ci, en effet, ne deviendra un véritable langage graphique que près d'un siècle plus tard. Il va sans dire, cependant, que les dessins de l'auteur de la Joconde en ont largement facilité l'éclosion, et ses carnets de croquis ont souvent été qualifiés de caricatures.

C'est avec les représentations théâtrales, les déguisements de la fête, les mascarades, que le comique fait irruption dans les arts figuratifs. Jadis, c'était des raisons magiques, éthiques et religieuses qui poussaient les hommes à se cacher derrière cet autre visage qui nous ressemble à tous, derrière cet autre soi-même qu'est le

déguisement. "Mets ton masque et je te dirai qui tu es» : dicton populaire. Le masque a-t-il été donné à l'homme pour dévoiler sa pensée ?

Le premier professionnel de l'histoire de la caricature est le Romain Pier-Leone Ghezzi (1674-1755). C'est la société cosmopolite de la Rome de son temps qu'il retrace, celle des aristocrates et des artistes. Son dessin se fait plus détaillé, plus soucieux de préciser la physionomie. C'est dans ce sens qu'évolue au XVIIIe siècle la caricature, et l'art de Ghezzi a dû trouver un écho international pour que William Hogarth¹ (1697 - 1764) qui lui est presque contemporain, le cite parmi les maîtres de la caricature, en même temps que Léonard de Vinci et Annibal Carrache.

Après Hogarth, qui avait transposé la société en question dans un déroulement d'images sans paroles, un groupe de grands caricaturistes, tous nés vers le milieu du XVIIIe siècle, parvient à porter la caricature sociale et politique à un rare degré de liberté graphique.

Cette fin de siècle voit aussi naître une des plus grandes expressions graphiques de tous les temps, celle de l'Espagnol Goya. Goya, dessinateur comique ? Certes non. Mais écoutons Baudelaire : *"Il unit à la gaieté, à la jovialité, à la satire espagnole du bon temps de Cervantès, un esprit beaucoup plus moderne, ou du moins qui a été beaucoup plus recherché dans les temps modernes"*. Avec Goya, l'art de la caricature s'ouvre sur le fantastique et le grotesque.

A la Révolution de 1789, et grâce à l'essor du journalisme, la caricature politique avait pris de l'ampleur par son dessin violent et populaire propre à frapper l'imagination, en parallèle en l'occurrence avec les grands caricaturistes anglais, dont l'ironie contre-révolutionnaire s'est traduite dans le dessin de la manière la plus caractéristique - et il en sera de même au moment de l'épopée napoléonienne. En France par contre, le pouvoir en place empêchait le dessin humoristique d'exister.

La Caricature dans la presse :

L'imprimerie a ouvert de nouveaux horizons à la caricature. Avec l'emploi de l'imprimerie dans la reproduction des dessins, le caricaturiste a trouvé le moyen de diffuser son message. Au début, les techniques d'impression étaient très primitives. L'artiste préparait son dessin souvent sur bois qui s'usait rapidement. C'était la gravure sur bois. Le tirage était limité à quelques centaines d'exemplaires.

La découverte de la lithographie (Senefelder 1796) a ouvert à la caricature la voie de la grande diffusion. Il s'agissait de la reproduction par l'impression des dessins tracés au moyen d'une encre spéciale, sur une pierre calcaire. Mais la médiocrité du papier obligeait alors le caricaturiste à opter pour le dessin au gros trait, plus aisé à reproduire. Si l'histoire de la caricature est celle de la conscience de la société, la caricature moderne est le produit de deux facteurs : la création de la grande presse et la reconnaissance de la liberté d'opinion. Les journaux satiriques illustrés furent créés grâce à la lithographie.

C'est ainsi que le premier journal illustré a vu le jour en France le 4 novembre 1830, et s'appelait tout simplement "La Caricature". Il a été fondé par Charles Philippon, dessinateur, journaliste et éditeur. La grande vedette de cette revue est Honoré Daumier, connu surtout des gens de robes libanais, pour son recueil "*Les gens de Justice*". Peintre, lithographe et sculpteur français né à Marseille (1808 - 1879), il connaît la célébrité grâce à ses caricatures politiques et sociales. Puis il y a eu "*Charivari*" (1832). En Angleterre "*Punch*" (1841). En Allemagne "*Fliegende Blätter*" (1844). En Italie "*Fischietto*" (1847). En Autriche "*Figaro*" (1857). Aux Etats-Unis "*Harper's Weekly*" (1857).

C'est en 1702, à Bucarest qu'Athanase III Dabbas, patriarche orthodoxe rallié à Rome, va s'adresser pour se procurer ce qui sera la première imprimerie arabe en orient. Installé à Alep, en 1706, elle publiera des livres religieux jusqu'à sa fermeture en 1711. Converti au catholicisme, un groupe de Melkites se réfugie au

Kesrouan. L'un d'eux, Abdallah Zaher, fonde en 1733, une imprimerie arabe au couvent Chwair où seront publiés des ouvrages religieux. Une imprimerie sera installée par l'Eglise orthodoxe en 1751, à Beyrouth.

Un siècle plus tard en 1828, Mohamed Ali, le vice-roi d'Egypte va se servir de l'imprimerie pour créer le premier journal de langue arabe. Cet homme d'Etat a joué un rôle important dans la Renaissance arabe.

Au cours du XIXe siècle, les imprimeries se succèdent. A Beyrouth : l'imprimerie américaine venant de Malte (1834), l'imprimerie catholique fondée par les Jésuites (1848), l'imprimerie de Khalil Houry (1857), celle de Boutros et-Boustani (1867) et celle de Khalil Sarkis (1874). Au Caire, les Coptes créèrent leur propre imprimerie en 1860, alors que l'imprimerie de "la Vallée du Nil" verra le jour en 1866.

Destinée au départ à renforcer l'influence de l'Eglise dans l'Orient musulman, utilisée par la suite pour soutenir l'influence occidentale, la typographie arabe va, en se généralisant, contribuer à la naissance de ce qui deviendra l'outil le plus hostile à cette influence de la presse.

La Caricature n'est qu'un dessin satirique:

La caricature stigmatise, tourne au ridicule, appelle au combat, elle est « *l'essence d'une situation, la schématisation du réel* »⁸ Graphisme contestataire, charge, humour graphique, pamphlet en images, caricature, etc...., des expressions assez nombreuses et relativement imprécises permettent de multiplier les classifications, les distinctions, d'accentuer les discussions sur l'appartenance de telle œuvre à l'une ou à l'autre catégorie.

Il faut préciser que l'agression graphique constitue un domaine incomplètement étudié mais complexe. Dans des images avec ou sans paroles, dans les journaux sportifs, politiques ou artistiques, dans les graffitis des murs, l'humour graphique affiche ses manifestations. Une partie d'entre elles, suivit à l'événement

⁸ TOPUZ.H , Caricature et société , ed Mame, Paris, 1974, P 08

qui en a été la cause occasionnelle, une autre part, trop liée à une actualité inconnue, cesse d'être drôle et compréhensible.

Le comique dans les arts plastiques met en cause certaines conceptions traditionnelles de l'art. En des rapports complexes, il embrouille les figures et les mots, il lie, sans hiérarchiser, le littéraire et le figural. En plus, il se diffuse dans la rue auprès des personnes les moins cultivés : il n'est pas consommé par une contemplation lente et subtile propre aux connaisseurs, il s'attaque à l'opposition traditionnelle du beau et du laid.

Enfin, nous pouvons dire qu'un champ se dévoile d'abord dans son unité, ensuite, il peut être organisé assez aisément selon les objectifs auxquels s'attaque le dessin satirique. De quoi rit-on ? contre qui ? contre quoi l'arme du rire est-elle braquée ?

La Caricature comme moyen de communication :

Dans toute analyse classique des moyens de communication, se posent les questions suivantes, inspirées d'une formule célèbre de Lasswell (en se laissant influencé par Quintilien, lequel s'est lui-même inspiré d'Aristote) : Qui ? Dit quoi ? A qui ? Par quelle voie ? Avec quel effet ? Afin de mieux comprendre comment fonctionne le mode de communication que constitue la caricature, nous pouvons prendre appui sur cet énoncé.

Dans un premier temps, nous tâcherons ainsi d'analyser le « quoi ? » ou la caricature proprement dite, en tant que message graphique. Certes, la caricature est un message transmis au sein des médias nationaux ; néanmoins, la brièveté qui la caractérise, la différencie nettement des articles de presse par exemple. Cette caractéristique est-elle un handicap ou au contraire permet-elle d'établir un rapport particulier entre le réel et le symbolique ? Cette relation réel/symbolique est d'ailleurs le fruit de l'intervention d'un émetteur, à savoir le caricaturiste sur qui il conviendra également de s'interroger. Il travaille pour les journaux de presse écrite mais a-t-il le même statut que n'importe quel autre journaliste ? Par ailleurs, si la majorité des caricatures 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.

La Rhétorique du discours caricatural

La rhétorique peut être définie, au moins sommairement, comme " l'art de la parole feinte ". En littérature, depuis le romantisme, règne le culte du " naturel " et de la " sincérité ". La publicité se présente au contraire comme artifice, outrage volontaire, schématisation rigide. Elle affiche ses conventions et le publie entre dans le jeu, discernant clairement ce qui est vérité et ce qui est feinte.

Le discrédit de la rhétorique peut expliquer, en partie, le discrédit de la publicité. Aujourd'hui, un regain d'intérêt se manifeste, dans le courant structuraliste, pour la rhétorique. On s'aperçoit alors que, si la publicité a un intérêt culturel, c'est à la pureté et à la richesse de sa structure rhétorique qu'elle le doit : non pas à ce qu'elle peut apporter d'information vraie, mais à sa part de fiction.

Nous admettons, suivant une tradition ancienne, que la rhétorique met en jeu deux niveaux de langage (le " langage propre " et le " langage figuré "), et que la figure est une opération qui fait passer d'un niveau de langage à l'autre : c'est supposer que ce qui est dit de façon " figurée " aurait pu être dit de façon plus directe, plus simple, plus neutre.

Ce passage d'un niveau à l'autre se réaliserait, de façon symétrique, à deux moments : au moment de la création (l'émetteur du message partant d'une proposition simple pour la transformer à l'aide d'une " opération rhétorique ") et au moment de la réception (l'auditeur restituant la proposition dans sa simplicité première).

Le champ d'application de la rhétorique classique était strictement limité au langage. Pour appliquer les figures de rhétorique dans le domaine de l'image, il a été nécessaire d'en donner une définition plus abstraite, mais, grâce à cette abstraction,

nous disposons maintenant d'un instrument universel, qui peut trouver application dans les domaines les plus variés.

L'idée d'une " rhétorique générale ", déjà pressentie par Freud et Lacan, a été formulée par Roland Barthes : " Il est probable qu'il existe une seule forme rhétorique, commune par exemple au rêve, à la littérature et à l'image ".
Alors Roland Barthes entend le terme de rhétorique sous deux acceptions : d'une part comme mode de persuasion et d'argumentation (comme invention), et d'autre part en termes de figures (style ou élocution), et cela à propos de l'image.⁹

Toute figure de rhétorique pourra s'analyser ainsi dans la transgression feinte d'une norme. Suivant les cas, il s'agira des normes du langage, de la morale, de la société, de la logique, du monde physique, de la réalité, etc. On comprend ainsi les libertés que la publicité prend avec l'orthographe, avec la grammaire, l'emploi intensif qu'elle fait de l'humour, de l'érotisme, du fantastique - et, en même temps, le peu de sérieux qu'elle accorde à ces transgressions : ces licences, qui irritent tant de bons esprits, ne sont pas duplicité ou indigence de pensée, mais strict exercice de rhétorique

En littérature, les normes contestées sont essentiellement celles du bon langage, et les figures présentent une certaine similitude avec les troubles de la parole. Dans l'image, les normes en cause sont surtout celles de la réalité physique, telles que les transmet la représentation photographique. L'image « rhétorisée », dans sa lecture immédiate, s'apparente au fantastique, au rêve, aux hallucinations : la métaphore devient métamorphose, la répétition dédoublement, l'hyperbole gigantisme, l'ellipse lévitation, etc.

En littérature, les normes contestées sont essentiellement celles du bon langage, et les figures présentent une certaine similitude avec les troubles de la parole. Dans l'image, les normes en cause sont surtout celles de la réalité physique, telles que les transmet la représentation photographique. L'image « rhétorisée », dans sa lecture immédiate, s'apparente au fantastique, au rêve, aux hallucinations : la métaphore devient métamorphose, la répétition dédoublement, l'hyperbole gigantisme, l'ellipse lévitation, etc.

⁹ Martine Joly, Introduction à l'analyse de l'image, Armand Colin, 3^e édition, 2015, p85.

La Rhétorique du discours visuel selon Jacques Durand ET Roland Barthes

Dans son cours de 1964-65, Roland Barthes a proposé de classer les figures de rhétorique en deux grandes familles :

- Les métaboles, qui jouent sur la substitution d'un signifiant à un autre : jeux de mots, métaphore, métonymie, etc.
- Les parataxes, qui modifient les rapports existant normalement entre signes successifs : anaphore, ellipse, suspension, anacoluthie, etc.

Les premières se situent au niveau du paradigme, les secondes au niveau du syntagme.

Le classement que nous utiliserons se réfère aux mêmes concepts de paradigme et de syntagme, mais en ayant recours à l'un et l'autre dans la définition de chaque figure.

La figure de rhétorique étant définie comme une opération qui, partant d'une proposition simple, modifie certains éléments de cette proposition, les figures seront classées suivant deux dimensions :

- d'une part, la nature de cette *opération*.
- d'autre part, la nature de la *relation* qui unit les éléments variants.

L'opération se situe plutôt au niveau du syntagme, la relation au niveau du paradigme. On peut dire aussi que la première se rattache à la forme de l'expression (signifiants) et la seconde à la forme du contenu (signifiés).

c) Le tableau de classement des figures selon Jacques Durand:

L'ensemble des figures de rhétorique peut se classer suivant les deux dimensions définies. Nous indiquons ici une figure à titre d'exemple dans chacune des cases du tableau : Tableau 2

Classement général des figures

	Opération rhétorique			
Relation entre éléments variants	A Adjonction	B Suppression	C Substitution	D Échange
1 - Identité	Répétition	Ellipse	Hyperbole	Inversion
2 - Similarité - de forme - de contenu	Rime Comparaison	.. Circonlocution	Allusion Métaphore	Hendiadyn Homologie
3 - Différence	Accumulation	Suspension	Métonymie	Asyndète
4 - Opposition - de forme - de contenu	Attelage Antithèse	Dubitation Réticence	Périphrase Euphémisme	Anacoluthé Chiasme
5 - Fausses homologies - Double sens - Paradoxe	Antanaclase Paradoxe	Tautologie Prétérition	Calembour Antiphrase	Antimétabole Antilogie

Emboîtant le pas à Roland Barthes, Jacques **Durand**, va surprendre plus d'un théoricien, lorsqu'en allant bêcher dans un corpus de plusieurs annonces, il découvre toutes les figures de rhétorique classiques. Il en a démontré l'existence, au niveau iconique, de procédés de persuasion semblables à ceux utilisés par le discours.

" Si l'orientation vers le destinataire explique le recours à la rhétorique publicitaire, il y a lieu toutefois de ne pas assimiler la fonction conative et la procédure rhétorique, qui la déborde, même si elle est ce grâce à quoi elle s'exerce avec le maximum de puissance. L'image de publicité appartient à l'espace rhétorique du fait même de son caractère d'information signifiée, marque ou insistance révélatrices à tout le moins d'une prise de position de l'émetteur sur l'information qu'il dispense ; elle s'y déploie, de surcroît, par son parti pris délibéré de dépasser, voire de

transgresser la littéralité de l'objet dont elle doit rendre compte, l'analogie strictement conforme "¹⁰

L'analyse d'une figure de rhétorique, selon **Durand**, s'étudie en fonction de la transgression d'une norme, norme de langage, de la logique, de la morale, etc. C'est l'analyse de cette transgression sens propre/sens figuré qui a permis aux théoriciens de mettre au point la notion « d'écart » très en vogue dans les années soixante et qui allait être controversée par la suite parce qu'elle réduit la rhétorique à l'étude des figures de style ; limitant ainsi la rhétorique à « **l'écart** ».

Il convient de préciser qu'un discours s'écarte d'un autre par ses buts, ses auditeurs sans pour autant que l'un soit une norme pour l'autre. C'est la raison pour laquelle, de nombreux théoriciens disent que cette théorie « **d'écart** » manque de pertinence même si elle demeure méthodique. J. Cohen, Roland BARTHES et le groupe MU " définissaient comme un écart par rapport à la norme, au " degré zéro ", et réduisaient donc la rhétorique à l'écart... " .

Les approches rhétoriques de l'image

La rhétorique de l'image, telle que nous la connaissons aujourd'hui, est venue au monde grâce à un article de Roland BARTHES en 1964 ¹¹ même si certains théoriciens reprochent à cet auteur de verser beaucoup plus dans la sémiotique que dans la rhétorique. Selon **Olivier Reboul**¹² aujourd'hui, avec l'apport des NTIC, la **rhétorique** qui est pourtant par principe un langage double ; autrement dit mettant en jeu deux niveaux de langage : le **dénoté** (sens propre) et le **connoté** (sens figuré), connaît une mutation sans cesse amplifiée.

¹⁰ DURAND, Jacques, « Rhétorique et image publicitaire », in Communication n°15, 1964

¹¹ BARTHES, R., «Présentation», Communications, N° 4, 1964

¹² REBOUL, Olivier, « Introduction à la rhétorique », P.U.F., Paris, 1991

Selon ce théoricien qui a mené des recherches sur l'analyse d'affiches électorales, la nature rhétorique de l'image concerne particulièrement **l'ethos** et le **pathos** (amplifié) puisque selon lui l'image relève du domaine de la suggestion. Il ajoute que l'image n'est ni lisible ni efficace sans un minimum de texte (le message linguistique). Il termine son point de vue par cette remarque : l'image rhétorique reste au service du discours publicitaire et non à sa place. Concis et bref, le message publicitaire se veut être parfois ambigu dans son argumentation (contenu linguistique) que l'image (message iconique) par sa fonction d'ancrage vient en rescousse pour appuyer le sens.

Pour **BARTHES** et **Greimas**, la solution consiste à décomposer le signifié (partie matérielle du signe) (SE) en éléments (les sèmes) pour séparer ceux qui concernent **l'identité** et ceux de la **différence**. Ce qui leur permet de mettre en évidence deux dichotomies fondamentales : d'abord, **similitude / différence** ; celle du « **même** » et de « **l'autre** » que G. G. GRANGER considère comme étant la dichotomie constitutive de la notion de qualité, l'étape ultime de la réduction de la qualité dans la pensée structurale et, ensuite, **solidarité / opposition**. Sachant que deux éléments sont dits opposés s'ils appartiennent au même paradigme, par exemple : masculin/féminin. Comment définir les éléments qui constituent une proposition ? Le découpage le plus simple ne comporte que deux éléments : la **forme** et le **contenu** mais qui suffisent déjà pour engendrer neuf types différents de relations entre les propositions.

	Rapport de formes : signifiants (SA)		
Rapport des contenus: signifiés (SE)	mêmes	Autres (différence)	opposés
mêmes	identité	Similarité des contenus	Paradoxe
Autres (différence)	Similarité de forme	différence	Opposition de forme
Opposés	Double sens	Opposition de contenu	Opposition homologique

Similarité : au moins un rapport « **même** » et des rapports « **autre** ».

Opposition : au moins un rapport « **opposé** ».

Différence : uniquement des rapports « **autre** ».

5.1. L'approche rhétorique de Jacques DURAND :

Jacques DURAND considère la rhétorique de l'image publicitaire comme étant une rhétorique de recherche du plaisir « *d'une part en lui épargnant, le temps d'un regard, l'effort psychique nécessité par " l'inhibition ou par la répression " et, d'autre part, en lui permettant de rêver à un monde où tout est possible* »¹³

Dans cette approche que Durand a voulu être basée sur l'apport de la linguistique, les concepts paradigmatiques et syntagmatiques responsables des formes connotatives, étaient les premiers à être resitués suivant deux axes :

la nature de l'opération : adjonction, suppression, substitution.

¹³ DURAND, Jacques, op, cit

L'échange et la relation entre les éléments variants : identité, similitude (**forme** ou **contenu**), différence, opposition (forme ou contenu), fausses homologues, double sens et paradoxe.

Mais Durand va aussitôt se retrouver confronté à l'échec de l'inapplication de certaines figures comme par exemple l'anacoluthie (rupture) qui introduit une opposition de forme dans l'image soit par montage ou par incrustation.

5.2. L'approche rhétorique iconique de Peyrouet et Cocula.¹⁴

Les théoriciens insistent sur l'aspect synchrone du message visuel, la distinction entre l'axe paradigmatique (choix des mots) et l'axe syntagmatique (combinaison de mots) devient alors difficile, voire inopérante. Ce qui revient à dire que les outils linguistiques du découpage **signifiant/signifié** deviennent incompatibles aux valeurs signifiantes de l'image à décoder. De ces auteurs, nous retenons les définitions des trois figures les plus importantes, à savoir la **synecdoque**, la **métonymie** et la **métaphore** :

Synecdoque dans les messages iconiques :

Un très gros plan, un gros plan ou même un plan rapproché sont synecdotiques s'ils ne livrent qu'une partie de l'être ou de la chose représentée.

Métonymie dans les messages iconiques :

L'émetteur substitue un signe **S1** à un autre **S2** dans l'intention de signifier un rapport de contiguïté (ou de cause à effet). Au plan linguistique, la présence de **S1** est rarement indispensable. Au contraire, pour qu'une **métonymie** soit perçue dans un message iconique, il faut :

¹⁴ COCULA, B. et PEYROUTET, C., «Sémantique de l'image », Collectif, Delagrave, 1986, p50.

soit que **S1** et **S2** soient représentés.

soit qu'un texte d'appoint indique que tel message iconique est métonymique.

La publicité use largement de la **métonymie** pour mettre en évidence les effets heureux de la consommation d'un produit.

En conséquence, nous pouvons dire que le discours caricatural, pour fonder son argumentaire, s'est référé à une perspective symétrique et complémentaire qui réunit ce qui est visuel, iconique et plastique et ce qui est linguistique et langagier. Ces éléments fusionnent pour devenir une structure discursive harmonieuse régie par une élaboration intentionnelle préconçue, se donnant pour objectif l'argumentation et l'information et recherchant la conviction et l'influence.

Cette mise en œuvre s'est basée sur l'introduction du récepteur dans les profondeurs de la vie politique et sociale du citoyen algérien. Elle reflète une structure politique et culturelle qui s'inscrit dans un contexte établi et particulier.

Si la sémiologie prend en charge l'étude de la relation entre le signifiant et le signifié, selon la loi interne de l'indication, la nouvelle rhétorique nous montre que l'indication n'a pas de sens net et fixe. Elle constitue plutôt un moyen pour attribuer au monde des indications et corrige notre représentation et notre vision de ce monde. S'il est évident que la sémiotique offre les instruments de compréhension du sens, la rhétorique, quant à elle, offre les plateformes du questionnement sur l'efficacité de l'indication. Cette vision hypothétique du discours caricatural a permis de l'aborder sous plusieurs angles, faisant de l'indication caricaturale une connaissance, un fait et un point de vue.

La nature du discours caricatural ne diffère de celle du discours visuel que par la caractéristique de l'ironie et de la moquerie. Elle ne s'écarte pas de son contexte social et accompagne les événements de l'actualité, à l'exemple de l'éditorial, de la colonne et du commentaire.

Le discours caricatural est un discours stimulant et attractif, malgré sa forme ironique et moqueuse. Il touche la conscience du public et stimule son psychisme en débattant de questions sociales vécues.

Le discours caricatural ne peut argumenter par lui-même que s'il est établi dans un contexte socioculturel, en prenant en considération qu'il (le discours) est le résultat de l'établissement et de l'interprétation d'un monde social.

Ainsi, le discours caricatural ne se suffit pas de son caractère amusant, mais il œuvre à éveiller un côté particulier de son récepteur et le projette devant les événements qui ont cours.

L'argumentation du discours caricatural politique se caractérise par la franchise et la clarté, malgré la déformation effectuée au niveau de l'indication caricaturale. Elle comporte nombre d'aspects rhétoriques, communicationnels et plastiques qui lui confèrent des significations et des preuves, et ce, malgré la fragilité de ses indications.

Il est à remarquer que le discours caricatural, bien qu'il ait un caractère ironique et moqueur, a une stratégie qui respecte la loi. Néanmoins, il la viole, d'une manière particulière, à travers quelques traits et formes. Son argumentation demeure dense et implicite et incite à la vigilance et à la réflexion.

Bien qu'il soit drôle et amusant, le discours caricatural est un acte communicationnel qui tire ses éléments argumentatifs de la

symbolique de la société algérienne. La langue, avec ses dimensions langagière et visuelle, y agit en interaction avec le monde social en ce qu'il comporte de caractéristiques et de rapports.

Le discours caricatural semble concrétiser une ouverture interprétative plurielle et nette. Toutefois, il est affecté d'un but clair que l'émetteur a voulu accompagner d'un argumentaire.

En conclusion, nous pouvons dire qu'il est possible d'appliquer la plupart des aspects rhétoriques, définis par le chercheur Jacques Durand, au discours caricatural politique, bien qu'il soit empreint en général d'ironie et de moquerie passagère. Il comporte toutefois de nombreux arguments dont l'approfondissement fait que l'ironie devient une preuve essentielle de la démonstration, ceci lorsque le caricaturiste œuvre particulièrement à la jumeler avec d'autres aspects rhétoriques.

Bibliographie

Les livres

1. COCULA, B. et PEYROUTET, C., **Sémantique de l'image**, Collectif, Delagrave, 1986
2. HÉNAULT Anne, **Histoire de la sémiotique**, Ed PUF, Coll. Que sais-je? , Paris, 1992.
LOCKE John, **Essai philosophique concernant l'entendement humain**, livre IV, chapitre XXI, Vrin, 1972.
3. Martine Joly, **Introduction à l'analyse de l'image**, Armand Colin, 3e édition, 2015
4. REBOUL, Olivier, **Introduction à la rhétorique**, P.U.F., Paris, 1991
5. TOPUZ.H , **Caricature et société** , Ed Mame, Paris, 1974.

Les revues

1. Barthes, R., Présentation, in Communications, N° 4, 1964
2. Barthes, R, éléments de la sémiologie , In Communication, n 04, seuil, 1964
3. Barthes, Roland , Rhétorique de l'image ,in communication N1, 1964.
4. Dubois Jacques, Francis Edeline, Jean Marie Klikenberg , Philipe Munguet, la Cafetière sur la tables , in Communications et Langages, N° 29, Paris, Le Seuil, 1976
5. DURAND, Jacques, « Rhétorique et image publicitaire », in Communication n°15, 1964
6. METZ Christian, « les sémiotiques ou sémies », in Communications, n 7, Paris, Ed Le Seuil, 1966
7. Suzy LEVY, Artist., les mots dans la caricature, in communication et langue, N° 102, 4^{eme} trimestre, 1994

Les dictionnaires

1. Le petit LAROUSSE , Dictionnaire, 1989, in, Crem, centre de ressource en éducation aux médias 2003.

Les sites internet

2. Une caricature drôle ou blessante? In site:
<http://www.reseau-crem.qc.ca/trousse/primcarica.pdf> ,
consulté le: 10.12.2015

Le résumé

L'article base sur La rhétorique de discours caricatural dans la presse écrite algérienne et les techniques d'analyse sémiotiques, qu'elles nous permettraient de déchiffrer le contenu de l'image caricatural, le temps que nous avons constaté que la caricature de la presse écrite algérienne représente la situation actuelle telle qu'elle est vécue dans la société, alors cela nous a poussé pour rédiger un article qui démontre ces techniques d'analyses.

