

---

# *La caricature politique sous son vrai jour!*

---

par Rhonda Walker

*Il peut arriver à tout politicien d'être l'objet d'une caricature politique. Entre les mains d'un artiste talentueux, la caricature peut se révéler une arme puissante, car elle permet une transmission et une compréhension rapides des idées. Néanmoins, on oublie souvent que les caricatures constituent une forme de communication politique. L'auteure du présent article est d'avis que les caricatures méritent d'être étudiées, et ce à la lumière du régime politique en place, des formes de propriété des médias et des règles qui régissent leur production. Selon elle, on en conclura alors que les caricatures politiques constituent une autre ressource dont disposent les groupes d'intérêts puissants pour renforcer leurs opinions sur la société.*

**L**a plupart des gens, jeunes comme vieux, connaissent assez bien les divers types de dessins humoristiques, qu'il s'agisse des bandes dessinées ou des illustrations graphiques incluses dans divers ouvrages, ou des mini-bandes dessinées et caricatures politiques qu'on trouve dans tous les journaux du monde. Ces dessins de presse ou caricatures peuvent amuser, véhiculent des messages d'actualité et lourds de sous-entendus, et forment un commentaire social actuel sur la société qui nous entoure.

L'une des armes les plus puissantes de la caricature est probablement son humour en apparence innocent qui permet une compréhension rapide du message sans effort de réflexion ou résistance. C'est d'ailleurs cette instantanéité de la transmission du message qui garantit à la caricature une place importante — même si elle est souvent oubliée — dans le domaine des communications. Le fait que la caricature soit habituellement placée dans la page éditoriale et qu'elle soit normalement produite par le même employé pendant une longue période de temps permet de développer des thèmes et des idées centrales et d'accroître le pouvoir de persuasion du média.

---

*Rhonda Walker étudie au niveau du doctorat à l'école de journalisme et de communications de l'Université Carleton.*

Pour orienter la discussion et bien comprendre l'importance de la caricature politique, il faut retracer son histoire, expliquer les théories sous-jacentes et montrer les techniques de persuasion qu'elle utilise. Dans la partie sur les techniques, nous analyserons également l'effet de la censure sur la caricature et les autres médias, afin de faire ressortir encore davantage la puissance de l'image caricaturale. On ne peut passer sous silence la question de la propriété des médias et des obligations du caricaturiste en poste. Je suis d'avis que l'intervention humoristique d'un caricaturiste politique permet bien à la population de se renseigner et de se forger une opinion. L'humour est alors utilisé pour niveler en quelque sorte la société en mettant tout le monde sur un pied d'égalité, peu importe l'origine ethnique, la classe sociale ou le sexe. Certains ont soutenu que la caricature politique constituait un outil de participation à la société à une époque où les électeurs sont désillusionnés, désemparés et parfois même privés de leur droit de vote, mais je crois que la caricature politique constitue plutôt un outil au service des dominants et non des minorités, qui est utilisé pour renforcer les opinions des propriétaires des médias et des puissants au sein de la société.

---

## **Historique de la caricature politique**

---

C'est dans l'Italie du XVI<sup>e</sup> siècle que la caricature (*caricatura*) a fait son apparition parce qu'on souhaitait se rebeller contre

« l'art noble » et la recherche du prestige<sup>1</sup>; il se peut d'ailleurs que les premières œuvres aient été peintes par Léonard de Vinci dans l'étude qu'il a faite de la caricature. La caricature devait, au départ, être un dessin rapide et impressionniste qui exagérait les principales caractéristiques physiques du sujet afin de produire un effet humoristique, mais on a aussi dit qu'elle permettait de faire ressortir sa « nature profonde ». La caricature constituait donc l'un des premiers exemples de satire graphique qui pouvait être utilisée comme instrument de répression, d'oppression ou même d'émancipation, et qui « permet à l'artiste de commenter l'actualité et la situation politique »<sup>2</sup>.

Les caricatures « d'opinion » sont apparues lors de la Réforme protestante menée en Allemagne par Martin Luther (1483-1546). Les caricatures de Luther s'adressaient à une population illettrée, mais désireuse de s'opposer à l'autorité. Ses œuvres permettaient de simplifier des débats politiques complexes et de les illustrer au moyen d'images imprimées qui étaient diffusées afin de tenter de mobiliser la classe ouvrière et les paysans et de garantir le succès de ses réformes.

Il a fallu ensuite attendre 300 ans, principalement en raison du coût de production des images dans les journaux, pour que des caricatures fassent leur apparition dans des journaux américains de manière assez régulière. C'est en 1884 que la caricature politique y a fait ses débuts, lorsque Joseph Pulitzer en a inclus une dans *World*, son journal de New York, afin de dresser un portrait humoristique d'un candidat républicain. Pulitzer a révolutionné l'apparence des journaux en incluant dans *World* des illustrations graphiques et des caricatures qui étaient vivantes et accrocheuses. William Randolph Hearst l'imita, et c'est ainsi que la tradition s'est établie.

Certains soutiennent que les caricatures à caractère politique constituent une forme de nouvelles visuelles, tandis que d'autres croient plutôt qu'elles offrent simplement aux lecteurs un compte rendu absurde d'une nouvelle à caractère social ou politique. En réalité, pour être réussie, une caricature doit porter sur une histoire ou une personne bien connue de tous. Les artistes les plus efficaces sont ceux qui souhaitent faire progresser la société sur le plan social ou politique et qui développent souvent leurs thèmes et personnages sur une longue période de temps, parfois même des années. Par conséquent, même si l'image elle-même doit être comprise instantanément, le caricaturiste, à titre de membre du personnel du journal, se fait le porte-parole de ce dernier et doit donc traiter d'un thème dans le temps et l'espace.

Ainsi, l'intervention humoristique d'un caricaturiste politique peut permettre à la population de se renseigner et de se forger une opinion. De plus, elle suscite souvent des débats sociaux et politiques et offre aux lecteurs un mini-compte rendu ou même une nouvelle histoire qui permet de remplir les vides de l'actualité. La caricature se veut surtout « une satire des personnages publics, en particulier de ceux qui nous rappellent les différences entre les riches et les pauvres — nos

politiciens, les riches et célèbres, et les entreprises et gouvernements qu'ils contrôlent »<sup>3</sup>. La caricature peut paraître à première vue simple, mais c'est cette simplicité même qui permet de dissimuler sa grande complexité et ses nombreuses motivations. Le tirage d'un journal constitue un facteur, mais c'est surtout le régime politique qui semble influencer le plus sur la caricature politique et qui décidera du type de satire graphique : peu, assez ou très mordante. Toutefois, la caricature ne constitue plus aujourd'hui un outil de participation pour la classe moyenne même si ce point de vue est souvent défendu<sup>4</sup>. Par conséquent, la caricature politique constitue un commentaire social et véhicule des messages puissants, mais ces messages ne sont pas transmis par les démunis afin de demander ou de provoquer des changements, mais bien par les puissants qui souhaitent maintenir le statu quo.

### Analyse théorique de la caricature

Pour analyser la caricature politique, il faut parvenir à trouver le cadre théorique dans lequel elle s'inscrit. Deux stratégies s'offrent à nous. La première utilise des indicateurs comme le sujet dépeint, la source de la caricature, le régime politique en place et les relations avec les entreprises afin de contextualiser les relations qui existent entre la propriété des médias, le tirage d'un journal et le régime politique en place. Les indicateurs ne font rien d'autre que préciser le sujet, le message et la source. De plus, il ne faudrait pas oublier ou sous-estimer le concept de stratégie, comme l'utilisation de l'humour ou de la censure, ou encore l'établissement d'une signification particulière avec le temps. Enfin, dans la caricature, les personnes dont on ne se moque pas sont presque aussi importantes que celles dont on se moque.

Une seconde approche exposée par Raymond Morris<sup>5</sup> consiste à appliquer quatre procédés rhétoriques : la condensation, soit réunir en une seule trame des faits sans rapport ou reliés entre eux de manière complexe; la combinaison, soit juxtaposer artificiellement des éléments ou des idées provenant d'endroits différents et ayant des significations multiples et diverses; l'opposition, où tout est réduit à une équation binaire; la vulgarisation, qui permet de décrire des événements compliqués en utilisant des mots de tous les jours.

Le recours à diverses illustrations comme des cartes, des drapeaux et certaines métaphores permettent de relier symboliquement ce qui pourrait difficilement l'être autrement. « Une image vaut mille mots, mais une carte en vaut dix mille. » Ainsi, si une carte ou un globe terrestre figure dans la caricature, cette illustration remet en question notre perception habituelle de notre environnement. Cette remise en question laisse croire que tout ce que nous croyons être vrai ne l'est peut-être pas et s'attaque donc à des croyances profondes. Le recours à la culture populaire pour dépeindre l'histoire de notre époque offre d'immenses possibilités. Lorsqu'on analyse

---

l'évolution de la caricature politique, on se rend compte que sont dépeints non seulement les politiques et les intervenants de l'époque, mais aussi l'état d'esprit d'au moins un segment de la société. De plus, des illustrations, comme des uniformes, des pansements et des armoiries, sont toutes porteuses de sens à plus d'un niveau. Malheureusement, même avec ces indicateurs et ces nouveaux niveaux de signification, cette approche parvient difficilement à déterminer qui est visé et quel point de vue est défendu ou renforcé.

Morris a tenté de répondre à la première critique en définissant le lecteur qui ne fait que survoler la caricature ou qu'y jeter un rapide coup d'œil. Mais, en ce qui touche au point de vue défendu, les images dépeintes misent sur des faits connus du public et reproduisent une conception du monde tout à fait logique, qui est la conception du monde tout à fait logique du caricaturiste, un employé du journal en question. On sait que Morris a comparé le caricaturiste politique et ses œuvres au fou du roi de la bourgeoisie. Sa métaphore du fou du roi convient tout à fait, puisque ce personnage se moquait des rivaux du roi et était toujours conscient de leurs moyens de subsistance. Toutefois, avec le temps, Morris a expliqué qu'au fur et à mesure que le pouvoir passait de la monarchie aux marchands, le rôle du fou du roi a été assumé par le caricaturiste et plus tard le bédéiste. Et les caricaturistes d'aujourd'hui « travaillent pour de grandes chaînes de journaux en situation d'oligopole et se moquent des politiciens au nom des entreprises qui sont devenues les principaux patrons des journaux grâce à la publicité qu'elles achètent dans ceux-ci ».

La prochaine fois que vous jetterez un coup d'œil à une caricature politique, appliquez la « thèse des deux poids deux mesures » de Morris, laquelle présume que les chefs d'entreprise sont habituellement dépeints comme des personnes sérieuses, ordonnées et positives, tandis que les chefs de gouvernement sont généralement décrits comme des idiots indisciplinés et inefficaces. Dans ma recherche, les seules exceptions que j'ai trouvées à cette hypothèse concernaient des fraudes ou des scandales graves d'entreprises (p. ex. Enron). Détail intéressant, dans ces cas, les caricaturistes s'attaquaient en fait aux coupables au sein de ces entreprises et non aux entreprises elles-mêmes. Morris signale également l'évolution de l'affiliation politique des caricaturistes politiques. Alors qu'ils étaient auparavant membres de partis politiques, la plupart sont aujourd'hui des professionnels qui sont libres de tourner en dérision tous les politiciens quand le cœur leur en dit et non les milieux d'affaires dont ils font partie.

### **Le régime politique**

---

Quand on étudie les caricatures, il faut reconnaître qu'il y a de fortes chances qu'elles représentent le point de vue du propriétaire du média. Comme l'a déclaré David Radler, partenaire de Conrad Black et président de Hollinger, « on ne

déroge pas à l'opinion du propriétaire du média » et « je suis, en définitive, l'éditeur de tous ces journaux et si les rédacteurs ne sont plus d'accord avec nous, ils devraient exprimer ce désaccord une fois qu'ils ne sont plus à notre emploi »<sup>6</sup>. Même dans un régime politique différent, comme c'est le cas au Maroc, et avec des structures de propriété différentes, la presse est énormément censurée, au point que les journaux arrivent parfois en kiosques avec des espaces en blanc.

Le régime politique fournit au média un contexte qui transparaît dans les caricatures elles-mêmes grâce à des illustrations spécifiques de l'État qui reprennent des métaphores familiales, une technique qui vise souvent à susciter une certaine loyauté chez les citoyens. Charles Press a également analysé l'impact du régime politique et soutenait que les caricatures produites dans « des démocraties libérales tendent le plus souvent à évaluer la performance de l'État et à ridiculiser le gouvernement plutôt que les citoyens et les entreprises »<sup>7</sup>.

En Occident, les médias appartiennent à des intérêts privés, même si leur contenu est, d'une certaine façon, réglementé par l'État sur le plan de la publicité et de la concurrence, et ce, par l'entremise d'un organisme public précis (p. ex. au Canada, le Conseil de la radiotélévision et des télécommunications canadiennes [CRTC]). Ailleurs dans le monde, la plupart des médias appartiennent à l'État. Lors d'une entrevue, Hisham Milhem, ancien correspondant à Washington pour le quotidien *As-Safir* de Beyrouth, a parlé de la censure dont fait l'objet la presse libanaise. Il a soutenu que, contrairement à ce qui se passe en Occident, les principaux médias d'un grand nombre de pays arabes sont exploités par l'État. Il a cité l'exemple du Liban, qui est considéré par les États-Unis comme une démocratie où la presse est pluraliste et indépendante de l'État. Pourtant, des journalistes y ont été menacés, emprisonnés ou même tués en raison de leur travail<sup>8</sup>. Le type de propriété constitue la seule différence entre les journaux de Beyrouth et ceux des autres pays arabes. Milhem souligne toutefois que les journaux ne sont indépendants que de l'État libanais. Il ajoute : « La plupart des journaux appartiennent à des intérêts privés, mais sont financés par des États étrangers et parfois par de riches individus. » Même les journaux de Beyrouth qui sont publiés en Occident voient leur contenu être minutieusement examiné afin d'éliminer toute critique de l'Arabie saoudite, encore que la version anglaise ne soit pas autant censurée que la version arabe.

### **Techniques de persuasion**

---

La caricature constitue-t-elle une forme de rébellion? Certains ont soutenu que les caricatures représentaient une forme de protestation et il est vrai que des caricaturistes ont eux-mêmes soutenu dans certains de leurs ouvrages que leur travail était le fruit de leur liberté d'expression. De plus, le fait qu'ils réagencent des faits afin de créer de nouveaux points de repère

comme une photo ne peut pas le faire contribue à informer la population sur les politiques du gouvernement (p. ex., en matière d'affaires étrangères). Selon ce même argument, les caricatures nous permettraient de contester la réalité et la véracité des images officielles. Ce qu'il faut se demander, c'est à qui s'adressent ces caricatures et qui les contrôle derrière le caricaturiste?

***Ma théorie est que les caricatures permettent de fournir de l'information sur les politiques gouvernementales à partir du point de vue des entreprises dominantes.***

Il ne fait pas de doute que la caricature qui paraît dans la page éditoriale doit représenter le point de vue des propriétaires du média ou le caricaturiste risque de bénéficier d'une retraite hâtive. De nos jours, au Canada, les médias appartiennent à des entreprises issues de la convergence ou de la fusion récente de diverses sociétés, ce qui leur permet de jouer un très grand rôle au sein de l'économie canadienne. Par conséquent, ne serait-il pas parfois utile pour l'entreprise de dépeindre de manière légèrement condescendante (humoristique) le gouvernement ou, à d'autres moments, de condamner purement et simplement une politique gouvernementale particulière, selon ce qui est le plus avantageux pour elle?

Les caricatures constituent des éditoriaux graphiques et non pas seulement de simples illustrations servant à véhiculer une opinion sans savoir quelle incidence elle aura sur l'opinion publique (comme dans le cas des théories sur la publicité). Les lecteurs sont aujourd'hui plus instruits que ne l'était la classe ouvrière du temps de Luther, mais le fait que le message soit simple, condensé et souvent assez drôle permet à la caricature politique d'échapper à la censure qui frappe les textes de la presse. En cette époque de rectitude politique et culturelle, les caricaturistes politiques peuvent toujours dessiner ce que des éditorialistes ne sont peut-être pas en mesure d'écrire. Enfin, les caricatures constituent des encyclopédies de la culture populaire.

Les règles du journalisme ne permettent habituellement pas de faire une satire des personnes dont on parle dans des articles, même si certains éditorialistes se sont déjà servis de leur plume à cette fin. Par contre, une caricature est presque toujours un commentaire social d'ordre satirique. Il faut souligner qu'une caricature politique constitue, en fin de compte, une représentation historique d'un fait réalisé dans un contexte très précis et pour un auditoire précis. De plus, alors que la plupart des articles tentent de présenter une version équilibrée des choses, la caricature politique se veut tout à fait et volontairement partielle.

Quand elle est réussie, la caricature peut créer ce que Greenberg a appelé un « piège métaphorique », où la caricature et le sujet réel sont si étroitement liés qu'aucune autre interprétation ne semble possible<sup>9</sup>.

Les caricatures ne sont pas limitées de la même façon que les autres articles d'un journal. Le texte d'un article vise habituellement à véhiculer un sens précis. Les caricatures sont, elles, des illustrations produites à un moment donné et qui sont plus facilement compréhensibles au moment même où elles sont produites. Plus le temps s'écoule, plus les chances sont grandes que la caricature ne soit plus comprise de la même façon qu'au départ. La caricature a une résonance sociologique immédiate puisqu'elle dépeint l'actualité. Il ne faut pas oublier qu'il est impossible de voir le passé. De nombreux symboles utilisés dans les caricatures, comme les uniformes et l'équipement militaire, deviennent rapidement incompréhensibles avec le passage du temps. La nature temporelle de la caricature limite donc sa longévité, un fait qui nous a souvent poussés à sous-estimer la puissance de la caricature politique. Cette sous-estimation peut se révéler avantageuse, puisque la caricature, selon Barajas, constitue un acte de liberté qui frôle la folie. Et c'est ce lien ténu avec la folie qui permet à la fois d'absoudre et de libérer le caricaturiste, tout en rendant la caricature pratiquement incontestable<sup>10</sup>.

Enfin, la caricature doit faire face à un certain nombre de limitations qui peuvent parfois réduire son efficacité ou, à tout le moins, atténuer son impact. Il est certain que la compréhension du message ne garantit pas qu'il sera accepté ou approuvé. De plus, les caricatures sont habituellement considérées comme une source de divertissement plutôt que d'information et, enfin, les illustrations ou la communication visuelle ont elles-mêmes été très peu analysées comparativement aux textes écrits, ce qui peut être relié à l'absence d'illustrations dans les documents et ouvrages de sociologie contrairement à ce qui se passe dans le domaine des sciences.

Certains soutiennent que la caricature politique n'a pas attiré beaucoup de chercheurs universitaires parce que le recours à la satire est considéré comme « utile, mais méprisable ». Pour défendre la satire et la caricature, Barajas soutient que le principe fondamental de la caricature est simple : la crainte du ridicule modifiera le comportement du sujet ou le persuadera de changer.

Markiewicz déclare que l'humour ne permettra habituellement pas de convaincre quelqu'un de changer d'opinion et qu'il est difficile de mesurer les effets de l'humour sur la compréhension et sur l'évaluation des sources d'information. De plus, elle a constaté que le recours à l'humour ne semblait pas avoir d'effet sur la rétention du message. Elle soutient dans son étude que plus de 42 % de la publicité télévisuelle utilise l'humour, ce qui semble souligner que cette industrie est convaincue que l'humour contribue à persuader les gens, même si les résultats ne sont pas toujours

concluants. De manière plus précise, Markewicz a étudié l'utilisation d'une forme satirique d'humour dans plusieurs études et, dans un cas particulier, elle a mesuré l'effet de l'ajout d'une caricature à un message. Globalement, Markewicz a constaté que l'humour n'avait aucun effet sur le plan de la persuasion, pas plus que sur ceux de la rétention ou de la compréhension du message<sup>11</sup>. Si on considère cette étude comme la plus concluante et la plus approfondie à avoir été menée sur la persuasion (et je ne peux, dans le cadre de cet article, confirmer ce point), quelles conclusions peut-on tirer du rôle de l'humour dans les caricatures. Si ces dernières ne visent pas à persuader la personne qui les regardent, *que visent-elles exactement?*

Markewicz contribue à confirmer mon hypothèse que les caricatures politiques ne visent pas à persuader, mais qu'elles constituent essentiellement un instrument permettant de contrôler l'opinion publique au profit des grandes entreprises.

Il est plus facile de censurer les mots que les images. Comme on l'a déjà mentionné, la caricature politique véhicule une opinion partielle et satirique sur une question, un politicien ou un gouvernement. Dans un relevé rapide que j'ai moi-même effectué de caricatures politiques d'un peu partout sur la planète, on semblait peu hésiter à transformer les femmes en objet (dépeintes dans les caricatures américaines sur le Moyen-Orient en danseuses du ventre ou en membres d'un harem) ou à faire preuve de discrimination à l'endroit d'autres nations affichant un orientalisme préoccupant<sup>12</sup>. Ce qui semble être censuré, ce sont les illustrations qui dépeignent le chef du régime politique en place comme un idiot ou encore celles qui ridiculisent la religion dominante. Il est toutefois très difficile de mesurer et de rendre compte des cas « d'autocensure », qui peuvent être plus répandus dans les régimes autoritaires. Ainsi, en Algérie, on a observé des cas d'autocensure où l'auteur essayait d'éviter un châtement. En Chine, les « manhua » - dont la popularité était étroitement liée à la puissance et aux changements politiques - ont subi toute une évolution. Au départ, soit à la fin des années 1800, leurs cibles étaient les dirigeants politiques et les relations internationales. Une fois la Chine devenue communiste, les caricaturistes politiques ont été forcés de se discipliner. Certaines caricatures portaient sur les tribulations du Parti communiste, mais le sujet de prédilection était le plus souvent la vie quotidienne. À un moment donné, des représentants du Parti communiste ont même décidé d'interdire toute critique des politiques du Guomindang en adoptant la *Loi de 1937 sur les publications*. Celle-ci créa une réelle peur du châtement et même du châtement de mort, et entraîna finalement l'adoption d'un comportement d'autocensure<sup>13</sup>. Certains caricaturistes, afin d'éviter une trop grande censure de leur travail, eurent recours à des animaux plutôt qu'à des gens afin de déguiser officiellement leur message. Liao Bingxiong, l'un des plus célèbres caricaturistes chinois, dessinait des chats et des souris au lieu de personnes

pour transmettre ses messages dans une série intitulée *Le royaume du chat*.

Il existe d'autres moyens de censurer que les lois sur la censure directe ou la création d'un climat de peur pour susciter l'autocensure. Le fait de limiter l'accès à la technologie et à d'autres médias que ceux qui sont contrôlés par l'État peut constituer une forme de censure. Ainsi, les Marocains, contrairement aux Algériens, ne pouvaient avoir très facilement accès à de l'information provenant de l'extérieur du pays parce qu'il leur était impossible de capter gratuitement les signaux transmis par des satellites européens. Les Algériens, de leur côté, avaient gratuitement accès à ces signaux et pouvaient constater ce que le monde pensait de l'actualité. Mais cette question soulève un autre point, soit que la classe sociale joue un rôle dans la censure. Seuls les riches pouvaient payer pour recevoir les signaux transmis par satellite au Maroc, mais les médias illustrés et peu coûteux étaient accessibles à tous. Dans certains cas, il peut donc arriver que la caricature informe peut-être davantage que la télévision. Les deux situations seraient possibles et dépendent de la source d'information ou de l'emplacement des médias et de la population. D'un côté, l'Algérie recevait gratuitement des émissions par satellite et ses citoyens devaient donc se montrer moins sensibles aux arguments de la presse censurée. De l'autre côté, comme on ne pouvait avoir accès gratuitement aux signaux transmis par satellite au Maroc, seuls les plus riches pouvaient se permettre de prendre connaissance des nouvelles internationales non censurées. Dans ce cas, la classe moyenne serait probablement plus sensible aux arguments de la presse et à sa version censurée de l'actualité.

Globalement, les caricatures sont moins censurées que l'ensemble des textes et parviennent même à s'infiltrer dans des médias appartenant à l'État dans certaines dictatures, ce qui leur permet de remplir le même but qu'à l'époque où la planète était en grande partie analphabète, mais la censure est une technique de l'État, alors que le recours à l'humour est une technique des grandes entreprises. Ainsi, on peut affirmer que l'utilisation de ces deux techniques de persuasion particulières fait ressortir l'opposition qui existe entre l'État et le capitalisme.

## Conclusion

La caricature politique semble en apparence très simple, mais elle ne constitue rien d'autre qu'un bon coup de poing. Sa complexité et ses objectifs sous-jacents n'apparaissent que lorsqu'on a recours à certains outils théoriques pour parvenir à en comprendre la signification et les liens qu'elle entretient avec les propriétaires des médias et le régime politique en place. Même si elle peut sembler impartiale, la caricature est nettement associée aux grandes entreprises et aux intérêts qui se cachent derrière elles.

Il ne fait pas de doute que la caricature politique est importante sur le plan sociologique, puisqu'elle fournit une rhétorique visuelle, une « carte mentale » pour comprendre la culture populaire et la politique, et un moyen de « dénigrer l'autre » puisque, contrairement au texte écrit, la caricature peut contourner les contraintes de la rectitude politique. De plus, la caricature est normative, en ce sens qu'elle contribue à établir des normes, les normes de l'économie de marché dans les États occidentaux et les normes du roi et de l'État dans les États arabes. Certains pourraient soutenir qu'une caricature peut présenter un point de vue une journée et un autre le lendemain, ce qui appuie l'argument voulant que la caricature soit un instrument des bourgeois. Toutefois, si on considère que la caricature ne présente habituellement qu'un côté de la médaille, qu'elle bénéficie de l'appui des propriétaires du média et que certains caricaturistes obtiennent plus de succès que d'autres, il devient évident que les caricaturistes ne présentent que le côté de la médaille qui leur permet de gagner leur vie. Plutôt que d'essayer d'expliquer le mode de persuasion indirecte de la caricature, une analyse approfondie du régime politique et de la propriété des médias pourrait nettement permettre d'établir les paramètres d'une étude réellement apte à donner des résultats. Bien qu'il puisse paraître évident de dire qu'il existe une corrélation directe entre la liberté d'expression et le régime politique, cela n'explique pas la puissance ou le message que véhicule une caricature politique. Il semble évident que la caricature ne constitue pas un outil altruiste, comme le démontre le fait que les caricaturistes qui défendent des points de vue radicaux ou qui ne peuvent compter sur l'appui de gens fortunés (liens avec les grandes entreprises) n'obtiennent pas de succès ou ne bénéficient pas d'une grande diffusion. De plus, les caricaturistes qui se spécialisent dans l'expression des points de vue des minorités reçoivent très peu d'appui de la part de la presse. Ainsi, la caricature politique peut être qualifiée d'instrument des puissants de la société qui permet de défendre les intérêts des propriétaires des médias.

## Notes

1. Rafael Barajas, « The Transformative Power of Art: Mexico's Combat Cartoonists », *NACLA Report on the Americas*, vol. 33, n° 6 (mai-juin 2000), p. 7.
2. J.B. Landes, *Visualizing the Nation: Gender, Representation, and Revolution in Eighteenth-Century France*, Londres, Cornell University Press, 2001, xviii-254 p.
3. Jeffrey S. Murray, « Comic Relief », *Canadian Geographic*, vol. 114, n° 6 (novembre-décembre 1994), p. 1.
4. Voir Stephen Hess et Milton Kaplan, *The Ungentlemanly Art: A History of American Political Cartoons*, New York, Macmillan, 1968, 252 p.; Steven Heller et Gail Anderson, *The Savage Mirror: The Art of Contemporary Caricature*, New York, Watson-Guptill, [1992], 160 p.; Susan Slyomovics, « Cartoon Commentary: Algerian and Moroccan Caricatures from the Gulf War », *Middle East Report*, n° 180, *Power, Mass Media and the Middle East* (janvier-février 1993), p. 21-24.
5. Raymond Morris, « Cartoons and the Political System: Canada, Quebec, Wales, and England », *Canadian Journal of Communications*, vol. 17, n° 2 (1992); Raymond Morris, *Behind the Jester's Mask: Canadian Editorial Cartoons about Dominant and Minority Groups 1960-1979*, Toronto, University of Toronto Press, 1989, x-230 p.; Raymond Morris, *The Carnivalization of Politics: Quebec Cartoons on Relations with Canada, England and France, 1960-1979*. Montréal, McGill-Queen's University Press, 1995, xii-148 p.
6. *Canadian Forum*, n° 12 (1994).
7. Charles Press, *The Political Cartoon*, Rutherford (N.J.), Fairleigh Dickinson University Press, Londres, Associated University Presses, 1981, 395 p.
8. H. Milhem, J. Stork et S. Ethelston, « Politics and Media in the Arab World: An Interview with Hisham Milhem », *Middle East Report*, n° 180, *Power, Mass Media and the Middle East* (janvier-février 1993), p.16-19.
9. John Greenberg, « Framing and Temporality in Political Cartoons: A Critical Analysis of Visual News Discourse », *Canadian Review of Sociology and Anthropology/Revue canadienne de sociologie et d'anthropologie*, n° 39 (2002), p. 184.
10. Rafael Barajas, « The Transformative Power of Art: Mexico's Combat Cartoonists », *NACLA Report on the Americas*, vol. 33, n° 6 (mai-juin 2000), p. 7-8.
11. Dorothy Markiewicz, « Effects of Humor on Persuasion », *Sociometry*, vol. 37, n° 3 (1974), p.407-422.
12. Christina Michelmore, « Old Pictures in New Frames: Images of Islam and Muslims in Post World War II American Political Cartoons », *Journal of American and Comparative Cultures*, vol. 23, n° 4 (hiver 2000), p. 38-41.
13. Chung-Tai Hung, « The Fuming Image: Cartoons and Public Opinion in Late Republican China, 1945 to 1949 », *Comparative Studies in Society and History*, Cambridge University Press, vol. 36, n° 1 (janvier 1994), p. 122-145.