

Emphase sur le négatif et couverture informative maigre: deux stratégies rhétoriques pour compenser le positif dans la presse satirique¹

Ana PEDRAZZINI

Universidad Nacional del Comahue, CONICET, Argentina

ana.pedrazzini@crub.uncoma.edu.ar

Recibido: 12/09/2012

Aceptado: 11/01/2013

Résumé

La presse satirique adopte un regard critique et déformé des faits d'actualité et s'attaque volontiers à ce que les journalistes et dessinateurs considèrent comme des contradictions, abus et maladroites de la classe politique. Ce travail s'intéresse aux stratégies rhétoriques utilisées quand il s'agit de rendre compte des actions et déclarations des dirigeants qui sont majoritairement jugées positives par l'opinion publique. Focalisant sur la figure présidentielle en tant que cible privilégiée du travail de dérision, le corpus inclut des titres, articles et caricatures politiques publiés sur le président Jacques Chirac (1995-2007) dans l'hebdomadaire français *Le Canard enchaîné*. L'analyse de six faits d'actualité dans lesquels le chef de l'Etat a eu une implication directe met en évidence deux voies d'actions généralement adoptées par le journal : soit il consacre moins d'espace dans ses pages à ces sujets, soit il altère les actions positives, les associant à des actions négatives ou aux traits négatifs du personnage.

Mots clés: presse satirique, recours satiriques, opinion publique, traits de caractère, Jacques Chirac

Énfasis sobre lo negativo y poca cobertura informativa: dos estrategias retóricas para compensar lo positivo en la prensa satírica

Resumen

La prensa satírica adopta una mirada crítica y deformada de los hechos de actualidad, focalizando sobre lo que periodistas y dibujantes consideran como contradicciones, torpezas y abusos de la clase política. Este trabajo se centra en una serie de estrategias retóricas utilizadas cuando se da cuenta de acciones y declaraciones de los dirigentes que gozan de buena aceptación por parte de la opinión pública. Tomando la figura presidencial como blanco privilegiado del trabajo de ridiculización y desacreditación efectuado por la prensa satírica, el corpus analizado comprende títulos, artículos y caricaturas políticas publicadas sobre el presidente Jacques Chirac (1995-2007) en el semanario

¹ Cette étude a été partiellement financée par: CONICET - PIP 1029, Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica- PICT 06-1607 et l'Université Nationale du Comahue- B139. Un grand merci à Nora Scheuer pour ses contributions toujours pertinentes et à Céline Hervé-Bazin pour sa lecture attentive.

francés *Le Canard enchaîné*. El análisis de seis hechos de actualidad en los que el jefe de Estado tuvo una participación directa, pone en evidencia dos vías de acción generalmente adoptadas por el periódico: o bien dedica menos espacio en sus páginas a los temas positivos o bien altera las acciones positivas, asociándolas a acciones negativas o a rasgos de personalidad negativos del personaje.

Palabras clave: prensa satírica, recursos satíricos, opinión pública, rasgos de personalidad, Jacques Chirac

Negative emphasis and meager informative coverage: two rhetorical strategies to compensate for the positive in the satirical press

Abstract

The satirical press attacks what journalists and cartoonists consider contradictions, abuses and blunders of politicians. It chooses a critical, exaggerated and distorted view, which is polarized toward the negative. In this article we focus on rhetorical strategies used by the satirical press when it refers to measures or statements by political leaders which are seen positively by public opinion. Our main interest is the presidential figure, a favourite target of the satirical press. The corpus analysed consists of headlines, articles and political cartoons which refer to President Jacques Chirac (1995-2007) in the French weekly *Le Canard enchaîné*. We consider six political events in which the Head of State had a direct involvement. We show that the newspaper generally adopts one of the two following courses of action: either it reduces its coverage in its pages, or it associates the popular measures or statements with negative actions or negative personality traits.

Keywords: satirical press, satirical resources, public opinion, personality traits, Jacques Chirac

Referencia normalizada

Pedrazzini, A. (2013). "Emphase sur le négatif et couverture informative maigre: deux stratégies rhétoriques pour compenser le positif dans la presse satirique". *Thélème*, Vol. 28, 205-219.

1. Introduction

Parmi les discours satiriques, ceux qui circulent à travers la presse utilisent les faits d'actualité comme matière première de leur travail de dérision. Ils opèrent à partir d'un processus de déconstruction puis de reconstruction des faits selon lequel les multiples facettes qui les composent sont décortiquées afin de produire un récit adapté aux contraintes des formats médiatiques. La satire opère à partir d'une amplification de certains aspects du réel pour se concentrer sur le négatif.

La presse satirique politique prend notamment comme cible la classe dirigeante et tout particulièrement les représentants du pouvoir exécutif. Ainsi, les actions réalisées au sein d'un gouvernement sont incarnées par certains individus qui deviennent les personnages d'une sorte de feuilleton du politique (voir Pilhan, 1995). Dans ce cadre, la presse satirique, à travers ses titres, ses articles et ses manifestations visuelles dont la caricature politique occupe une place privilégiée, s'occupe de

rendre visible quelques corps et visages. A partir de ce phénomène de personnalisation de l'exercice politique, qui a atteint des niveaux inhabituels ces dernières décennies avec l'expansion des médias, les traits de caractère deviennent des composantes élémentaires dans la représentation des personnages politiques (Funk, 1996). Ils exercent une influence considérable sur le vote électoral (Glass, 1985 ; Kinder et al., 1980), ce qui fait que les conseillers en image et les experts en communication politique essayent de mettre en avant ces traits positifs, susceptibles d'être appréciés par les citoyens, et d'occulter les traits les plus exposés aux critiques. De par le mécanisme de polarisation sur le négatif, caractéristique de la presse satirique, on y observe le mécanisme inverse : les traits de caractère qui prédominent dans la représentation des personnages sont surtout négatifs. En effet, la presse satirique se concentre sur certains traits susceptibles de provoquer la raillerie et la disqualification des personnalités ciblées.

Si la tâche des journalistes et des dessinateurs satiriques est plus aisée quand ils s'attaquent aux contradictions, abus et maladroites de la classe politique, que se passe-t-il quand ils doivent rendre compte des actions ou des déclarations du dirigeant politique qui sont majoritairement jugées positives par l'opinion publique ? Ce travail se centre sur les stratégies rhétoriques utilisées par la presse satirique pour *compenser le positif* à partir de l'analyse d'un corpus composé de textes écrits et d'images publiés dans l'hebdomadaire français *Le Canard enchaîné*, le journal satirique le plus ancien dans ce pays.

2. La satire et la caricature politiques, entre le réel et le fictif

Les discours satiriques s'attaquent à leur cible en dénonçant et critiquant ce que le satiriste considère comme des excès tout en adoptant un ton offensant et combatif jusqu'au point de rabaisser et de mépriser la cible. Pour ce faire, la satire fait appel au comique. A travers le rire nous relâchons nos défenses personnelles (Ziv & Diem, 1987) et nous restons plus réceptifs aux agressions verbales ou visuelles. En outre, le satiriste s'abrite derrière le caractère de « non sérieux » attribué au rire, ce qui lui permet d'aller plus loin dans la critique. Le rire devient ainsi un instrument clé de sa stratégie de persuasion. Comme signalent Duval et Martinez (2000), c'est sa visée corrective qui distingue la satire des discours plus nettement offensifs et comiques.

La satire évite d'explicitement la norme morale sur laquelle est fondé son discours. Celle-ci est présente de manière sous-jacente dans le texte et c'est au public de la dévoiler, en distinguant le sens réel qui se cache derrière le sens apparent. Pour y parvenir, il faut que le public assume, même si ce n'est que momentanément, le point de vue du satiriste. Ce processus d'interprétation est lui-même persuasif, d'autant plus que la vision du monde que le public doit partager avec le satiriste est, par essence, simplifiée, déformée et exagérée.

La caricature politique pourrait être considérée comme l'image satirique par excellence ; depuis plus de deux siècles, elle s'est livrée à contester l'ordre dominant, à éveiller les consciences face aux incohérences, contradictions, abus et injustices

politiques et sociales. D'un point de vue formel, et plus particulièrement plastique, elle accentue ou diminue des traits du visage et des corps de ses cibles — caricature au sens strict. D'un point de vue du contenu, elle se focalise sur certaines situations, à travers un traitement souvent démesuré.

A partir d'une articulation étroite entre les dessins et les paroles qui sont attribués aux personnages représentés, entre des situations fictives et des faits d'actualité, le dessinateur monte une théâtralisation sur ce qui se passe dans le monde. Il fait preuve d'une capacité à faire des analyses fines de l'actualité, à synthétiser des situations complexes en ne retenant que quelques éléments saillants, produisant des images à la fois drôles et cinglantes.

Si la satire et la caricature politique sont créatrices d'opinion comme d'autres discours circulant dans l'espace public à travers les médias, elles détiennent un statut particulier, entre le fictif et le réel. Les personnages politiques que les satiristes construisent sont les résultats de cette articulation, la fiction étant pourtant subordonnée à l'actualité car si elle jouait un rôle principal, l'essence des discours satiriques serait dénaturée. Pour traiter l'actualité et construire leurs personnages politiques, les auteurs satiriques se basent sur le comportement des politiques, la représentation que d'autres médias façonnent d'eux, et l'opinion de divers secteurs qui circule dans la société, souvent exprimée sous forme de sondages d'opinion.

3. Personnalités politiques, médias, sondages et citoyens: protagonistes du scénario politique

Il est connu que la manière de faire de la politique n'est plus la même depuis la montée en puissance des médias, notamment à partir de la télévision, les politiques étant contraints de s'adapter aux formats médiatiques. Ceci implique une redéfinition de l'agenda car certains dossiers se prêtent mal au traitement médiatique et ils sont par conséquent ignorés. La personnalisation de l'exercice politique évoquée plus haut a aussi une influence sur la constitution de l'agenda car grâce à ce phénomène, des dossiers abstraits et techniques sont mieux saisis par les citoyens (Wolton, 1991). À la personnalisation s'ajoute la spectacularisation croissante du politique, à travers laquelle le domaine de l'émotion et de l'affect l'emporte sur les programmes et les idéologies (Rieffel, 2005). La personnalité des candidats éveille un grand intérêt chez les électeurs et comme il a été déjà signalé, les traits de caractère deviennent un élément essentiel de l'image que les citoyens se forgent d'eux. Une fois qu'un trait dominant est attribué à un politique, il aura une forte incidence dans l'interprétation que l'on élabore de ce que ce dernier dit et fait. Ce trait dominant perdure dans la mémoire (Funk, 1996). Quand il est négatif, même si les experts en communication et marketing politique peuvent réussir à l'effacer, le moindre écart suffit pour qu'il revienne avec intensité (Pilhan, 1995).

Le rôle joué par les sondages dans la construction de l'image des politiques n'est pas de moindre surtout à l'ère de la « démocratie d'opinion » (Jaffré, 1995 : 83) où il existe une hypermédiation de ces instruments de mesure. Le sondage est

devenu un moyen à partir duquel on essaie de donner une certaine visibilité à la citoyenneté dans la sphère publique, celle-ci ayant la possibilité d'exprimer son mécontentement ou approbation vis-à-vis d'un fait ou d'une personnalité politique. Plusieurs sondages, comme les baromètres, constituent des consultations régulières dans un échantillonnage représentatif de la population (Maarek, 2001), avec une grande répercussion sur les médias et la classe politique.

4. Présentation de l'étude

Compte tenu de l'essence critique et contestataire des discours satiriques et de l'articulation entre réalité et fiction mentionnée plus haut, un cas particulièrement intéressant à analyser est le traitement des actions et déclarations des politiques ayant un haut niveau d'acceptation dans l'opinion publique. La presse satirique est face à un dilemme: elle doit les intégrer afin de rester attachée au réel, mais comment les aborder tout en préservant le regard satirique? Cette étude s'intéresse aux stratégies qu'elle adopte pour résoudre ce conflit.

Nous ferons une analyse de discours en prenant comme corpus les textes écrits et les caricatures politiques qui portent sur le président Jacques Chirac (1995-2007) publiés dans l'hebdomadaire satirique *Le Canard enchaîné* en considérant cinq faits politiques concrets qui ont eu lieu au cours de ses deux mandats et qui ont été majoritairement approuvés par l'opinion publique²: le 53^{ème} anniversaire de la rafle du Vel'd'Hiv'; l'intervention de J. Chirac dans la guerre en Bosnie-Herzégovine; l'action du Président en Afrique, notamment avec son premier voyage officiel; le deuxième tour de l'élection présidentielle de 2002; la position de J. Chirac face à la guerre en Irak en 2003. D'une façon plus générale, nous considérerons aussi les sondages d'opinion favorables au Président.

Comme le 53^{ème} anniversaire de la rafle du Vel'd'Hiv' est d'une courte durée, l'analyse a été limitée au traitement que *Le Canard enchaîné* a fait dans le numéro immédiatement postérieur à cet événement. Cette procédure a été également adoptée pour le premier voyage officiel du chef de l'Etat en Afrique, mais l'analyse s'est aussi enrichie d'autres événements associés à la politique française dans le continent, comme le sommet franco-africain tenu à Paris en février 2003. Dans les autres cas, les périodes considérées comprennent des moments importants dans le déroulement de chaque fait d'actualité et couvrent plusieurs semaines ou mois. Ainsi, par rapport à l'intervention de J. Chirac sur la guerre en Bosnie-Herzégovine, la période prise en considération comprend le moment où la France et le Royaume Uni proposent la création d'une force multinationale, la Force de réaction rapide, le 3 juin 1995. Cette période porte sur trois mois d'analyse. Dans le cas de l'élection présidentielle

² Ce constat vient de la consultation de la presse de l'époque ainsi que des documents publiés dans les sites web de TNS Sofres (www.tns-sofres.com), Ipsos (www.ipsos.fr) et LH2 (www.lh2.fr).

de 2002, la période étudiée est d'un mois et demi de campagne électorale. En ce qui concerne la guerre en Irak, la période analysée couvre deux mois (février et mars 2003) dans l'affrontement diplomatique entre la France —avec le soutien de l'Allemagne et la Russie— et les Etats-Unis, pendant lesquels l'Hexagone a menacé de mettre son veto à la proposition belliqueuse états-unienne. Quant aux sondages, ceux que nous avons retenus ont été publiés au cours des périodes précédemment mentionnées.

Dans les pages qui suivent nous verrons que *Le Canard enchaîné* adopte généralement deux voies d'action pour compenser le positif : soit il consacre moins d'espace dans ses pages aux actions et déclarations des politiques jugées majoritairement positives par l'opinion publique, soit il altère les actions positives, les associant à des actions négatives ou à des traits négatifs du personnage.

5. Quand l'opinion publique lui est favorable

5.1. Anniversaire de la rafle du Vel'd'Hiv'

Le 16 juillet 1995, lors du 53^{ème} anniversaire de la rafle du Vélodrome d'Hiver, Jacques Chirac reconnaît la responsabilité de l'Etat français dans la déportation de presque 13000 juifs sous le régime de Vichy. Les répercussions de cette prise de position publique ont été importantes. Selon un sondage de l'IFOP publié un mois plus tard, 72% des Français ont approuvé ce geste politique et symbolique. Quel traitement a réservé *Le Canard enchaîné* à cet événement jugé « historique » ?

La place qui lui est consacrée au journal est petite: l'événement occupe moins d'un quart de la fausse Une, avec un article dont le titre fait référence explicite à l'évènement, un passage à la fin d'un deuxième article et deux caricatures. *Le Canard enchaîné*, ce jour-là, traite plutôt des thèmes de politique extérieure : d'une part, la « guerre de mots » que J. Chirac mènerait à propos de la guerre en Bosnie-Herzégovine ; d'autre part, la répercussion de la décision prise au début de son mandat de reprendre les essais nucléaires dans l'Atoll de Mururoa.

A travers une analogie avec le Tour de France, le titre qui aborde l'anniversaire de la rafle du Vel'd'Hiv' est positif : « Chirac gagne l'étape du Vel'd'Hiv ». Pourtant, le journaliste ne se prive pas, au début de l'article, de situer l'évènement dans un contexte peu favorable au Président et son gouvernement : « Pédalant difficilement dans les problèmes de l'emploi, à la ramasse du côté de Mururoa, tirant la langue dans les cols de Bosnie, l'imprévisible Chirac vient de réussir une splendide échappée entre Vichy et le Vel'd'Hiv ».

Les deux caricatures qui portent sur le sujet ne présentent pourtant, aucun trait positif associé au chef de l'Etat³. L'une, titrée « Chirac et le Vel d'Hiv » appartient

³ Les caricatures présentées dans cet article peuvent être consultées sur Pedrazzini, 2011.

à J.M. Kerleroux, et présente J. Chirac seul, qui dit : « Ce fut ‘une faute collective’. CAD⁴ pas plus Papon qu’un autre ». Dans l’autre, de Lefred-Thouron, J. Chirac est en train de parler publiquement et il affirme : « Ami de juifs et juif moi-même... ». Deux personnes se trouvent derrière lui, l’une dit à l’autre : « Ça part d’un bon sentiment...mais il faut toujours qu’il en rajoute ». Ainsi, l’empathie qui pourrait émerger du personnage est vite associée à une tromperie ou à un comportement excessif.

5.2. « La vanité et la mégalomanie » en Afrique et dans les Balkans

Le président Chirac a maintenu des liens privilégiés avec les dirigeants africains et a montré une connaissance approfondie des ethnies et histoires africaines (Claude, 2007). Son premier tour dans le continent en tant que chef de l’Etat français en juillet 1995 a été qualifié comme un « succès » par le gouvernement mais il est vu avec des yeux critiques par les dessinateurs du *Canard enchaîné*. Dans une caricature de Guiraud publiée le 26 juillet, titrée « Chichi paternaliste », le Président français est entouré des mandataires africains et de Jacques Foccart, secrétaire général de l’Élysée aux affaires africaines de 1960 à 1974. J. Chirac, qui tient les bras levés, sourit et crie : « Vive l’Afrique à papa ! ». J. Foccart, plus discrètement, signale: « A papa Foccart ! ». Dans cette image le Président est pourvu d’autorité et se vante de l’être, mais sa popularité est mise en doute par le dessinateur, qui dénonce la politique menée par la France depuis les années 50, jugée néocolonialiste. Cette posture réapparaît dans d’autres caricatures et articles du journal à des périodes différentes, comme nous verrons plus loin.

Dans une deuxième caricature de Pancho apparue le même jour, J. Chirac exclame à son Premier ministre Alain Juppé: « Je m’en fous des sondages : je viens de faire un tabac chez les africains ! ». A. Juppé lui répond avec enthousiasme : « Alors, c’est chez eux qu’il faudrait faire les essais nucléaires ! ». Pancho établit une relation causale directe entre l’importante chute de la côte de popularité du Président, peu de temps après le début de son mandat, et la décision de faire une dernière campagne d’essais nucléaires, estimée nécessaire par le chef de l’État, avant de passer définitivement à la simulation. Une interprétation supplémentaire pourrait être associée à une politique considérée néocolonialiste de la France en Afrique, comme nous venons de l’évoquer. Contrairement à ce qui s’est passé dans les pays du Pacifique, notamment l’Australie et la Nouvelle-Zélande, où les réactions adverses ont été vives (dont le boycott des produits français), cette vision néocolonialiste suggère que les pays africains seraient plus indulgents vis-à-vis des actions contestées de “l’empire” français.

En ce qui concerne la guerre en Bosnie-Herzégovine, qui s’est déroulée de 1992 à 1995, J. Chirac est présenté par les médias comme ayant une participation active,

⁴ C’est-à-dire.

avec l'initiative franco-anglaise de créer la Force de réaction rapide, peu de temps après le début de son mandat. Cet engagement du Président est vu, par *Le Canard enchaîné*, comme une action mégalomane de sa part. C'est le cas, par exemple, du titre « Sur les hauteurs de Sarajevo. Chirac nous joue Super-Igman » (26/07/1995, p. 1), qui fait un jeu de mots à partir de la dernière syllabe identique du super-héro *Superman* et le Mont *Igman*, une montagne de 1502 mètres qui se trouve à l'Ouest de la ville de Sarajevo. Dans une caricature titrée « Chirac revient d'Afrique », du 26 juillet, Cardon articule la visite de J. Chirac dans le continent africain avec la guerre en Bosnie-Herzégovine. A l'entrée de l'Elysée, deux personnes sont en train de jouer du tambour. Un peu plus loin, deux fonctionnaires maintiennent un dialogue: « Il envoie un message aux serbes ! », affirme l'un, « Curieux ! C'est le rythme pour faire pousser les patates douces ! », signale l'autre. Par le biais du comique de l'absurde, Cardon se moque de ce qu'il considère comme un comportement vaniteux du Président, en tournant en dérision la soi-disant connaissance du Président des affaires africaines.

Le dessinateur Cabu se moque aussi de ce côté vaniteux du personnage dans une caricature, où, caractéristique de son style, il représente le chef de l'Etat dans un contexte fictif se servant des métaphores visuelles. J. Chirac apparaît comme un catcheur, en slip de léopard, une grosse ceinture et des bottes. Il est en train de muscler ses bras et regarde le public d'une manière provocante. Il est sur le stand d'une kermesse ou d'un cirque qui a pour nom « Avec qui voulez-vous lutter ? ». A. Juppé est dessiné comme un monsieur loyal, fier supporter du lutteur à ses côtés. Il pose une question à une audience perplexe: « Y-a-t-il un Serbe parmi l'assistance ? ». Dessinés sur les murs du stand sur deux champignons nucléaires est écrit « Mururoa ». Le fait d'associer deux événements qui n'ont pas un lien direct est un recours très habituel dans la caricature politique. Ce faisant, Cabu introduit un regard différent par rapport à la reprise des essais nucléaires: il ne souligne pas les effets négatifs de cette décision mais il met au contraire en valeur, tout en ridiculisant, la puissance et l'autorité du chef de l'État, qui malgré les contestations en France et à l'étranger, ne fait pas marche arrière.

5.3. Le deuxième tour des élections présidentielles de 2002

Face à la crainte de voir l'extrême droite à la tête de l'exécutif suite au premier tour des élections en 2002, Jacques Chirac est devenu « le seul espoir démocratique et républicain » pour une grande partie de la population française. Mais le positionnement du *Canard enchaîné* n'est pas facile après une campagne centrée sur les affaires impliquant le Président. Avant le premier tour, du 3 au 17 avril 2002, le journal consacre une place considérable aux détournements de fonds datant de l'époque où J. Chirac était Maire de Paris. C'est l'affaire des « frais de bouche », « la grande bouffe à la Mairie » comme les journalistes du *Canard enchaîné* l'ont baptisé: « Rapport: Les Chirac rattrapés par leurs grandes bouffes à la Mairie », annonce à sa Une *Le Canard enchaîné* le 3 avril 2002. Il continue ensuite en troisième page: « La grande bouffe des Chirac à l'Hôtel de Ville », « Une famille insatiable », « Encore et toujours du liquide ». Le 10 avril, on trouve encore à la

Une : « Grande bouffe : L'épicier des Chirac mange le morceau » et à la page 3 : « Un nouvel exploit de Superdémenteur ». Le gros titre « La fin de campagne de Chirac gâchée par deux juges » du 17/04/2002 va dans le même sens, ainsi que deux caricatures de Lefred-Thouren publiées le 10 et 17 avril. Dans la première, J. Chirac est devant une table où il y a une assiette, des couverts, un morceau de saucisson, du fromage, un verre et une bouteille de vin. Le titre de l'image est le suivant: « Chirac mange pour 4000 balles par jour ». Le Président dit alors, devant deux hommes et une femme, possiblement des conseillers: « C'est une réponse cinglante à ceux qui insinuent que je privilégie la quantité à la qualité... ». Dans la deuxième caricature, titrée sarcastiquement « Non, les affaires ne nuisent pas à Chirac ! », le Président est avec sa femme Bernadette et un conseiller devant un maire et un homme qui porte un béret, vraisemblablement dans une mairie de commune. Le Maire demande au Chef de l'Etat, en souriant : « Après le discours, nous avons prévu un buffet...400.000 francs, ça ira? ». Le couple présidentiel est visiblement mal à l'aise.

Comment réagit alors *Le Canard enchaîné* à l'occasion du deuxième tour qui confronte Jacques Chirac et Jean-Marie Le Pen ? Le journal ne manque pas l'occasion de tourner en dérision « le vertueux rempart moral de la République », comme dit sarcastiquement Bernadette Chirac à son mari dans encore une caricature de Lefred-Thouren qui représente le couple en train de prendre le petit-déjeuner, image récurrente de ce dessinateur. Dans une caricature de Delambre, titrée « Cornélien ! », un citoyen tient un bulletin de vote dans sa main et s'étonne quand il voit les deux pancartes avec les candidats en lice au deuxième tour, ils sont tous les deux de profil et sourient : J.M. Le Pen est en costume et cravate et il est présenté comme « Super bonimenteur » alors que J. Chirac est déguisé comme le personnage « Supermenteur » de la satire télévisuelle *Les Guignols de l'Info*. Ce mot apparaît en plus au-dessus de sa tête, établissant un jeu de réduplication ou épizeux (Fromilhague, 2005) par rapport à *super bonimenteur*. La représentation de J. Chirac comme Supermenteur est très fréquente au *Canard enchaîné* au cours de la campagne électorale.

L'hebdomadaire est très critique envers le personnage présidentiel et n'hésite point à le qualifier explicitement d' « escroc », procédant ainsi au discrédit de l'homme public. Ce qualificatif fait partie du titre de l'éditorial d'Erik Empatz du 24 avril : « Escroc contre Facho ». Or, même si le choix est un dilemme « cornélien », *Le Canard enchaîné* guide son lectorat sans équivoque vers la seule voix pour eux possible. Dans son éditorial ce jour-là, le rédacteur-en-chef E. Empatz exprime au nom de tous ses collègues:

Au 'Canard', nous sommes bien placés pour savoir ce qu'il en est de Chirac et de son 'honnêteté'. Pourtant nous lui donnerons notre bulletin sans barguigner. A ce stade, ce n'est plus une présidentielle, c'est un référendum anti-Front. Dire oui à Chirac, c'est dire non à Le Pen. Ce n'est pas faire confiance à l' 'escroc', c'est d'abord se défier du 'facho' !

Ce 24 avril, il n'y a pas de références aux « grandes bouffes » qui avaient envahi les pages du CE les trois semaines précédentes. Le 30 avril, la traditionnelle troi-

sième page de *La Mare aux Canards*, où sont publiées les enquêtes journalistiques, cède le terrain à la rubrique *Canardages*, normalement réservée pour les pages 5 à 7. Cette fois-ci cette rubrique s'étend de la page 3 à la 7. C'est un numéro spécial consacré à dévoiler « la vraie vie et ses (les) basses œuvres » (appel de Une) de J. M. Le Pen. Entre l'enclume et le marteau, *Le Canard enchaîné* préfère parler moins de l'« escroc », pour discréditer complètement le candidat de l'extrême droite.

5.4. Un des moments les plus « forts » dans la Présidence de J. Chirac, la guerre en Irak

Le non à la guerre en Irak, en 2003, est considéré selon certains sondages⁵, comme l'action la plus positive du bilan présidentiel de J. Chirac. En effet, ce positionnement politique a provoqué la montée de sa cote de popularité à des niveaux rarement atteints (69 points selon le baromètre Ipsos-Le Point en mars 2003, 60 points un mois plus tard pour TNS Sofres). Comment *Le Canard enchaîné* envisage-t-il de procéder vis-à-vis du traitement satirique des actions et des déclarations du Président alors que l'hebdomadaire se caractérise, depuis sa création, par un fort sentiment antimilitaire et pacifiste (Schifres, 1963) ?

Le Canard enchaîné approuve la position du Président sur la guerre contre l'Irak. L'éditorial du 12 avril est intitulé « *Jumping Jack Clash* », une allusion à une des chansons les plus célèbres de Rolling Stones : « *Jumping Jack Flash* », où l'on constate la substitution « calambouresque » de *flash* par *clash* (conflit, affrontement en anglais). Comme le personnage de la chanson, J. Chirac renaît après des périodes très dures⁶. Pourtant, selon Erik Emtaz, auteur de l'éditorial, cette « croisade » « pour éviter une guerre qui semble plus qu'inévitable » ne serait pas dénouée d'autres intérêts politiques car elle « est plus que consensuelle sur le plan intérieur » (c'est-à-dire en France). L'éditorialiste met aussi en cause « l'allié de poids » de J. Chirac, V. Poutine, « dont la conduite avec les Tchétchènes est du même ordre que celle de Saddam Hussein avec les Kurdes ». Dans un billet satirique situé au-dessous de l'éditorial, on suggère que J. Chirac fermerait les yeux face au conflit entre la Russie et la Tchétchénie en échange du soutien de V. Poutine pour l'Irak.

Dans un *strip* titré « Les déçus de Chirac » et publié le 12 février 2003, Pétilion semble refléter une partie considérable de l'électorat français qui ne peut

⁵ Sondage Louis-Harris – Libération « Les dix ans de Jacques Chirac à l'Élysée », diffusée le 21/04/2005. URL: http://www.lh2.fr/_upload/ressources/sondages/politique_nationale/LHFLibe10ansJChirac21avr05.pdf, consulté le 10 octobre 2012.

⁶ I was drowned, I was washed up and left for dead/I fell down to my feet and I saw they bled./I frowned at the crumbs of a crust of bread./ Yeah, yeah, yeah/ I was crowned with a spike right thru my head./ But it's all right now, in fact, it's a gas!/ But it's all right, I'm Jumpin' Jack Flash./ It's a Gas! Gas! Gas!. Traduction: « On m'a noyé, mon corps a dérivé et on m'a laissé pour mort/ Je suis tombé par terre et j'ai vu mes pieds saigner/ J'ai froncé les sourcils devant les miettes d'un croûton de pain/ On m'a couronné, avec une pointe enfoncée à travers ma tête/ Mais tout va bien maintenant, en fait c'est le pied/ Mais tout va bien maintenant/ Je suis Jack bondissant tel l'éclair ça gaze gaze gaze ».

qu'exprimer son soutien au Président par rapport à sa position anti-guerre. Deux amis dialoguent : – « On a voté Chirac au deuxième tour... On s'est fait avoir ! », – « Tu ne vas pas recommencer ! Il fallait le faire, c'est tout ! », – « N'empêche qu'on s'est fait avoir, il faut bien constater qu'on est bien d'accord avec sa position sur l'Irak ». Le ton de ce *strip* n'est pas satirique, il n'en est pas non plus humoristique. Il rend compte d'un état d'âme assez répandu chez les électeurs anti-Front National de 2002.

Les journalistes et dessinateurs du *Canard enchaîné* présentent le Président comme pourvu d'autorité face au président Bush, comme un pacifiste inspiré des années 60, époque de la guerre au Vietnam, et jouissant d'une image très positive à l'international. On fait particulièrement référence à l'Afrique, suite au sommet franco-africain tenu à Paris en février et à la visite officielle en mars de J. Chirac en Algérie, où il a été très bien accueilli. Pourtant, l'hebdomadaire ne laisse pas passer l'occasion de critiquer la position jugée indulgente envers les gouvernants des pays africains. L'ironie du titre « Chirac chasse les intouchables... en Afrique » est saisie rapidement à partir du ton de l'article :

« Il est fini le temps de l'impunité ». Pour beaucoup d'invités au sommet franco-Africain de Paris (du 19 au 21 février) cette déclaration de Chirac à défaut de nouveauté, ne manquait pas de saveur.

Parmi les représentants de 52 pays, 14 (plus d'un sur quatre) doivent leur pouvoir à un coup d'Etat. Plusieurs d'entre eux (Algérie, Angola, Congo, Tchad) disposent d'armées expertes en exactions et massacres de villageois. Chez certains, la torture est monnaie courante (Tunisie, Nigeria, Togo) [...] Et depuis des années la France de Chirac contemple sans frémir ces pratiques quand elle ne les couvre pas purement et simplement. [...]

A y regarder de plus près, l'admonestation de Chirac qui veut aussi aider à « fortifier la justice, » plutôt que de « justifier la force » et qui brandit la menace de la cour pénale internationale visait surtout la Côte d'Ivoire et son président Laurent Gbagbo. Celui-ci élu (c'est une curiosité) à l'issu d'un scrutin pluraliste a laissé ses partisans commettre des meurtres d'opposants histoire de venger les 300 morts de la tentative de putsch du 19 septembre. Dans un rapport rendu public le 27 février, Amnesty International décrit un engrenage de massacre (des dizaines de morts, enfants compris à chaque fois) dans plusieurs villes ; situées sur la ligne de front. Et commis avec une égale barbarie par les troupes loyalistes et rebelles. Le temps de « l'impunité zéro » est peut être arrivé, mais il faudra au moins que notre super pacifiste Chirac intervienne lui-même en Afrique pour en voir le commencement.

Le journaliste de cet article critique ce qu'il considère comme un écart entre les paroles et les actes du Président et dénonce une attitude jugée hypocrite vis-à-vis des faits violents et des actes antidémocratiques ayant lieu en Afrique. Obligé par la gravité des faits, J. Chirac aurait pris une posture ferme contre la violence en Côte d'Ivoire, mais l'auteur de cet article doute de la sincérité et de l'engagement présidentiels. Une caricature de Pétillon du 19 février 2003 fait également référence au discours du Chef de l'État lors du sommet franco-africain : ce dernier s'énervé à cause du mot impunité « truffé dans son discours ». Pour le dessinateur, J. Chirac ne serait pas le plus indiqué pour parler d'impunité, compte tenu des nombreux cas de corruption qui l'impliqueraient plus ou moins directement, dont le financement occulte du RPR (Rassemblement pour la République), à l'époque où il était le

Président du parti politique. À cet égard, le juge Halphen, qui s'occupait du dossier, avait convoqué le chef de l'État comme simple témoin en 2001. Ce dernier avait refusé de s'y rendre sur place, brandissant le statut d'immunité présidentielle qui protège le président de la République de toute poursuite pénale durant l'exercice de son mandat.

Cette image de « malhonnête » que *Le Canard enchaîné* a construit au cours des deux mandats présidentiels (Pedrazzini, 2011), apparaît avec récurrence en dépit de l'opinion positive autour du Président français lors de sa posture ferme contre la guerre en Irak. C'est le cas de la caricature titrée « Chirac nobélisable » de Potus publiée le 12 février, où le personnage présidentiel demande : « On peut toucher le prix Nobel en liquide ? ». Pour Cardon, le H d'histoire est trop grand pour lui. Dans une caricature du 19 février, dont le titre sarcastique dit : « Chirac a rencontré l'histoire avec un grand H (la presse) », le personnage soutient son poids avec les bras pendus à la barre horizontale de la lettre H dessinée en grande taille et six casseroles traînent derrière lui.

Alors que la principale cible des attaques du CE retombe sur les affaires, J. Chirac est épargné face aux problèmes en matière de politique intérieure. Avec le rôle qu'il a pris à l'international, on constate une vraie division des tâches entre le Président et son Premier Ministre : les problèmes internes deviennent la responsabilité exclusive de J.-P. Raffarin. À cet égard, Pétillon imagine un dialogue entre les deux personnages politiques dans une caricature titrée : « C'est dur pour Raffarin ». J. Chirac se montre ironiquement compréhensif envers son Premier ministre et lui dit : « Ooooooh ! Ça n'a pas l'air d'aller ! Vous avez une tête de fusible en train de fondre ».

5.5. Retourner un sondage positif

Un phénomène visé et attendu par la stratégie de communication politique d'un(e) dirigeant(e) politique est d'avoir une cote de popularité élevée et de la maintenir. Les médias —et *Le Canard enchaîné* ne fait pas l'exception— s'en servent pour façonner l'image des dirigeants politiques qu'ils font circuler. La chute de la popularité des hommes et des femmes politiques est abondamment traitée par le journal satirique, ce qui ne surprend pas, étant donné l'emphase mise sur le négatif caractéristique de ce type de presse. Or, que se passe-t-il quand la popularité est élevée ? Nous avons retenu deux exemples de caricatures où le journal opte pour associer le positif à un trait négatif. Dans une caricature de Pancho titrée « Sondages » et publiée le 10 avril 2002, pendant la campagne électorale, le personnage Chirac est en train de lire un article dans la presse dont le titre dit « Chirac monte... ». Il s'exclame : « C'est à peine croyable, je deviens crédible ! ». À partir d'une dérivation, qui construit un jeu entre des mots ayant un radical commun (croyable et crédible), Pancho s'appuie sur un des traits négatifs les plus caractéristiques de l'image du personnage Chirac construit par *Le Canard enchaîné* : le manque de fiabilité. Ce trait obéit principalement aux promesses électorales non tenues sur lesquelles le journal revient périodiquement, notamment en 2002 lors de la campagne de réélection (Pedrazzini, 2011).

Le deuxième exemple, apparu le 26 mars 2003, récupère l'image de corrompu attribuée au personnage. Il s'agit d'une caricature de Lefred-Thouron, titrée « Toute la France est derrière Chirac », où Bernadette fait un commentaire sarcastique à son mari, en toute complicité pourtant, car tous les deux rigolent : « Avec une cote pareille, vous pourriez taper dans la caisse jusqu'à la fin de vos jours... ».

6. Conclusions

A partir de l'analyse de nombreux faits politiques marquants de la présidence de Jacques Chirac, nous avons identifié deux stratégies rhétoriques principales pour compenser le positif. Les actions et déclarations du président jugées majoritairement positives par l'opinion publique ne sont pas critiquées par *Le Canard enchaîné* mais elles retrouvent peu d'espace dans ses pages. Quand elles sont traitées par le journal, elles sont associées de manière récurrente à des actions plus contestées ou à des traits de caractère négatifs attribués au personnage. Ce faisant, le journal évite d'aller à contre-courant de l'opinion publique tout en restant fidèle aux convictions qui sont les siennes. Ces stratégies lui permettent aussi de montrer qu'il reste vigilant, qu'il ne se laisse pas convaincre si facilement, associant souvent les actions jugées comme positives à un esprit opportuniste et peu sincère.

Ces stratégies rhétoriques ont été identifiées aussi bien dans les titres et articles de divers journalistes satiriques que dans les caricatures de nombreux dessinateurs, ce qui fait penser qu'elles pourraient constituer des recours assez généralisés.

Le geste symbolique pris par le chef de l'Etat lors du 53^{ème} anniversaire de la rafle du Vel'd'Hiv est éclipsé par les problèmes en matière de politique intérieure et par la chute de la cote de popularité du Président après avoir décidé de reprendre les essais nucléaires. Le rôle énergique et engagé que J. Chirac adopte lors de la guerre en Bosnie-Herzégovine est interprété comme un acte de mégalomanie. Sa popularité et son charisme en Afrique sont contestés par son indulgence envers les régimes autoritaires du continent, sa politique étant jugée néocolonialiste.

Une mention spéciale est méritée pour le traitement que *Le Canard enchaîné* a fait de la campagne présidentielle de 2002. Il est possible que ce soit à ce moment-là que l'hebdomadaire ait été le plus virulent contre J. Chirac. Il l'a qualifié sans détours d' « escroc », procédant par ce fait à un discrédit complet du dirigeant politique. *Le Canard enchaîné* a exercé une morale de dénonciation, en prétendant lever le voile sur le profil peu honnête du personnage représenté. Le journal n'a pas l'habitude de donner explicitement une morale qui guide ses lecteurs, mais le deuxième tour de l'élection présidentielle de 2002 a été une exception, suite à une situation considérée comme extrêmement grave. Il a exhorté son lectorat à voter contre J. M. Le Pen, en dépit de la vision si négative qu'il portait sur J. Chirac. Il s'agissait de défendre les valeurs démocratiques et républicaines ; les membres du CE ont été clairs et directs à ce sujet. A l'occasion d'une situation particulièrement complexe, *Le Canard enchaîné* oscille entre un traitement 'maigre' des actions et déclarations du Président, centré plutôt sur les défauts du leader du Front National,

et la qualification directe de J. Chirac comme escroc, ou sarcastique, le présentant comme le rempart de la République.

Si l'image satirique du personnage présidentiel se base sur plusieurs traits de caractère négatifs qui lui sont attribués, c'est le côté malhonnête qui prédomine et devient une sorte de synthèse de cette image. Il apparaît comme la cible privilégiée des attaques quand le contexte socio-politique est moins défavorable au Président. Cette procédure est monnaie courante dans le traitement que l'hebdomadaire a fait de la prise de position de J. Chirac à propos de la guerre en Irak. Deux exemples percutants sont les caricatures de Cardon où J. Chirac est accroché à la barre de la lettre H et traîne une queue de casseroles, et celle de Lefred-Thouron, où Bernadette Chirac dit sarcastiquement à son mari qu'avec une côte de popularité si élevée, il pourrait « taper dans la caisse jusqu'à la fin de ses jours... ». Cette dernière caricature est aussi un exemple de la stratégie adoptée par *Le Canard enchaîné* pour mettre en avant des traits de caractère négatifs et rendre compte des sondages qui sont positifs au chef de l'État.

Le profil mordant de la presse satirique se joint à une visée corrective qui, même si elle reste sous-jacente, semble être le moteur de son comportement. Son regard se focalise sur le négatif comme le signale Ronald Searle (1974 : 3) à propos de la caricature mais extensible à la satire en général : « de même que l'huile et l'eau, la caricature et la bienveillance ne se mêlent pas ». « A quoi sert un dessin bienveillant ? », se demande le dessinateur du *Canard enchaîné* René Pétillon, « ce n'est pas dans notre tempérament, ce n'est pas notre rôle. On est là pour agir sur ce qui ne va pas, sur le négatif »⁷.

Même si la source principale de la presse satirique est l'actualité, le lecteur reconnaissant dans les pages satiriques d'information qu'il a lue, vue et écoutée dans les médias, l'amplification du négatif introduit un regard biaisé et exagéré. Les journalistes et les dessinateurs satiriques font en plus recours à des contextes et à des dialogues imaginaires, réalité et fiction étant étroitement imbriquées. Ceci confère au rôle de ce type de presse un statut particulièrement complexe en tant que formateur d'opinion. Le lecteur doit concilier ces caractéristiques contradictoires, percevoir les frontières parfois diluées entre le monde réel et fictif, relativiser la vision du monde négative et déformée. Tout ceci en décodant les jeux indirects et détournés qui lui sont constamment proposés.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Claude, G., (2007) « Chirac 'l'Africain'. Dix ans de politique africaine de la France, 1996-2006 » in *Politique Étrangère*. N°4, pp. 905-918.
 Duval, S. & M. Martínez, (2000) *La Satire*. Paris, Armand Collin.

⁷ Propos exprimés dans le cadre d'un entretien maintenu en 2008 avec l'auteure de cet article.

- Funk, C., (1996) "Understanding trait inferences in candidate images" in Delli Carpini, M. X. et al. (eds.), *Research In Micropolitics: New Directions In Political Psychology*, 5, Greenwich, Jai Press, pp. 97-123.
- Fromilhague, C., (2005) *Les Figures De Style*. Paris, Armand Colin.
- Glass, D., (1985) "Evaluating Presidential Candidates: Who Focuses On Their Personal Attributes ?" in *Public Opinion Quarterly*. N°49, pp. 517-534.
- Kinder, D., Mark, P., Abelson, R. & Fiske, S. (1980). "Presidential Prototypes" in *Political Behavior*. 2(4), pp. 315-337.
- Maarek, P., (2001) *Communication et marketing de l'homme politique*. Paris, Litec.
- Pedrazzini, A., (2011) « La construction de l'image présidentielle dans la presse satirique: vers une grammaire de l'humour. Jacques Chirac dans l'hebdomadaire français *Le Canard enchaîné* et Carlos Menem dans le supplément argentin *Sátira/12* » [En ligne]. Thèse doctorale en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paris IV-Sorbonne. Disponible sur : <http://www.e-sorbonne.fr/theses/construction-l-image-presidentielle-presse-satirique-vers-grammaire-l-humour-jacques-chirac-l>
- Pilhan, J., (1995) « L'écriture médiatique » in *Le Débat*. N°87, pp. 3-15.
- Rieffel, R., (2005) *Que sont les médias ?* Paris, Gallimard.
- Schifres, A., (1963) « L'idéologie du *Canard Enchaîné* » in Batailler, F. et al. (éd.), *Analyses de Presse*. Paris, Presses Universitaires de France, pp. 91-176.
- Searle, R., (1974) « Préface » in Bornemann, B. et al., *La caricature, art et manifeste. Du XVIIe siècle à nos jours*. Genève, Skira.
- Vebret, J. & I. Labarre, (1995) « 'Les sondages mesurent l'opinion, ils ne la créent pas' Un entretien avec Jérôme Jaffré. Vice-Président de la Soffres » in *Médias-pouvoirs*. N°8, pp. 79-83.
- Wolton, D., (1991) « Les contradictions de l'espace public médiatisé » in *Hermès*. N°10, pp. 95-114.
- Ziv, A. & J. M. Diem, (1987) *Le sens de l'humour*. Paris, Dunod.