

# L'usage stratégique du stéréotype dans la production de la caricature : cas des caricatures de Dilem Ali



**Sonia Benamsili**

Université de Bejaia, Algérie  
benamsili86@gmail.com

Reçu le 21-02-2014 / Évalué le 26-03-2014 / Accepté le 15-10-2014

## Résumé

La caricature est le conservatoire des représentations traditionnelles, des stéréotypes formant un répertoire de formes déjà connues des lecteurs et qui entrent très bien dans la logique de rapidité, simplicité et d'économie de tout commentaire qui caractérise la caricature. Le stéréotype est en effet, dans son acception courante, associé à de la banalité, à de la simplicité, au réductionnisme, autrement dit à des préjugés à éviter bien plus qu'à l'idée d'un outil. Il peut donc sembler étonnant de chercher à lui attribuer cette fonction et pourtant c'est l'hypothèse que nous soutenons dans cet article où il sera question de montrer que le stéréotype constitue une ressource stratégique particulièrement utile dans la caricature, de démontrer l'importance (l'indispensabilité) de sa présence dans le discours caricatural ainsi que les différentes manipulations qu'en fait le caricaturiste pour produire ses dessins ; pour atteindre ses objectifs.

**Mots-clés :** caricature, stéréotype, signe, production, rôle du stéréotype

## Karikatür yapımında kalıpların stratejik kullanımı: Dilem Ali karikatürleri

### Özet

Karikatür, geleneksel tasarımları ve okuyucu tarafından daha önce bilinen şekilleri oluşturan kalıpları bünyesinde barındırır. Bu kalıplar çabukluk, basitlik ve ekonomi bağlamında karikatürü niteleyen, her yoruma ulaşılmasını sağlayan kalıplardır. Gerçekten kalıplar, yaygın olarak bayağılık, sadelik ve indirgemecilikle; bir başka deyişle bir araç düşüncesinden ziyade, kaçınılması gereken önyargılarla ilişkilendirilir. O halde bu işlevi ona bağlamaya çalışmak şaşırtıcı görünebilir, fakat bununla birlikte, biz bu makalede kalıpların, özellikle karikatürde stratejik önemi olan bir kaynak olduğunu ve karikatürçünün amaçlarına ulaşmak için yaptığı farklı düzenlemeler gibi, karikatür söyleminde kalıpların varlığının vazgeçilmez olduğu savını göstermeyi amaçlıyoruz. Bir başka deyişle, bu makalede kalıpların karikatür oluşumuna nasıl katkıda bulduklarını ve taşıdıkları farklı işlevleri göreceğiz.

**Anahtar Kelimeler:** karikatür, kalıp, işaret, üretim, kalıp(ların) görevi

## The strategic use of stereotype in caricature production: case of Dilem Ali caricatures

### Abstract

The caricature is the storehouse of traditional representations, of stereotypes forming a repertory of forms already known by lectors and which come very well into the logic of speediness, simplicity and of managing any comment which characterizes the caricature. The stereotype is, in fact, in his common meaning, joined with banality, simplicity, reductionism, otherwise with prejudices to be avoided more rather than with the idea of a tool. However it could seem amazing to try to attribute it this function, even that it is the hypothesis we support in this article through which we will try to show that stereotype represents a strategic resource particularly useful in caricature, to show the importance (indispensability) of its presence in caricatural discourse and the different manipulations that caricaturist undertakes in order to produce his drawings; to achieve his goals.

**Keywords:** caricature, stereotype, sign, production, stereotype role

### Introduction

La caricature est un genre de dessin humoristique qui charge certains traits de caractères souvent ridicules ou déplaisants dans la représentation d'un sujet (individu, organisation, pensée). Roberts-Jones (1963 : 21) la définit comme :

*« Tout dessin ayant pour but, soit de faire rire par la déformation, la disposition ou la manière dont est représenté le sujet, soit d'affirmer une opinion généralement d'ordre politique ou social, par l'accentuation ou la mise en évidence d'une des caractéristiques, ou de l'un des éléments du sujet sans avoir pour ultime but de provoquer l'hilarité. »*

La presse écrite constitue le support par excellence de cet art qui fait partie de l'identité graphique du journal ; de ce langage qui centre son intérêt sur l'actualité et dont l'objectif est de transmettre un message qui ne doit transposer que l'essentiel pour que l'information soit comprise rapidement par un auditoire aussi large que possible. La caricature, par son caractère synthétique, ne peut en effet offrir d'explications supplémentaires : si les textes qui l'accompagnent nomment parfois l'événement auquel elle fait référence, ils n'expliquent jamais le contexte ou les développements ; ils sont réduits à l'essentiel.

Pour survivre, la caricature se doit donc d'être brève (courte) et exige des plans simples qui doivent être immédiatement compréhensibles. Ces différentes exigences font de ce moyen de communication ; de cette forme de médias, où la typicalité et la généralisation sont quasi nécessaires, un terrain particulièrement propice aux

stéréotypes qui ont l'avantage d'être immédiatement identifiés par le lecteur. Les modes d'expression et de diffusion du stéréotype sont en effet particuliers à l'ère des médias comme l'affirme Amossy (1991 : 9):

*«Aujourd'hui la presse, la B.D., les best-sellers, le cinéma, la publicité, ne cessent de renforcer ou de forger à notre usage des stéréotypes de tout acabit. (...) Un va-et-vient incessant s'établit ainsi entre les images logées "dans notre tête" et celles que divulguent abondamment les textes et les médias ».*

Ainsi, l'utilisation des stéréotypes dans la caricature est très fréquente, leur existence est inévitable. Celle-ci puise dans ce stock (réservoir) préexistant de représentations collectives qui y servent de codes, de grands dénominateurs communs. Elle s'en inspire incessamment, s'en nourrit (exploite) pour faciliter l'écriture et installer rapidement les différents éléments nécessaires à la compréhension du message véhiculé. Elle en joue fortement dans le but d'assurer la bonne lisibilité du dessin. La caricature n'est donc pas qu'un simple moyen de communication, un simple support visuel : c'est un genre fortement codé qui, par sa dimension iconographique, s'organise autour d'unités toutes faites qui cimentent le message. Elle regorge de stéréotypes en tout genre (linguistiques, iconiques, culturels), subtilement disséminés dans les dialogues, les caractères donnés aux personnages, leurs traits physiologiques, leurs vêtements, leurs expressions corporelles, les objets, les couleurs, etc. En effet, les stéréotypes se présentent rarement dans le discours caricatural sous une forme directe ou complète. Il faut en général les dégager de données éparses, de gestes, de comportements, bref, les reconstruire à partir d'indices.

## Problématique

Les stéréotypes, notion introduite dans les sciences sociales par Walter Lippmann, sont des idées toutes faites ou des images simplistes, que nous rapportons au sujet d'une catégorie de personnes (leur comportement, les traits de leur personnalités), que nous appliquons de façon rigide à tous les membres d'un groupe social sans tenir compte des différences individuelles, du caractère unique de tout être humain. Morfaux & Lefranc (1980 : 34) les définissent comme suit :

*« Clichés, images préconçues et figées, sommaires et tranchées, des choses et des êtres que se fait l'individu sous l'influence de son milieu social (famille, entourage, études, profession, fréquentations, médias de masse,...) et qui déterminent à un plus ou moins grand degré nos manières de penser, de sentir et d'agir ».*

Le stéréotype relève donc d'une prise de position simpliste qui repose sur des « on dit » et non sur des fondements réfléchis et argumentés. Il renvoie souvent, avec une

impression dépréciative, à une idée de banalité, de fixation ou de reproduction par figement. Sa qualité relativement faible (souvent due à son usage intensif) a en effet conduit à l'utiliser dans le sens figuré ; à l'envisager sous l'angle de la péjoration, à le caractériser ou à le définir avec des attributs négatifs (préconception, rigidité, immuable, erreur, réductionnisme, malveillance, etc.). Ainsi, dans le dictionnaire Larousse (1869), le stéréotype devient un mot d'usage courant, mentionné sous une acception figurée: « *une "phrase toute faite que l'on trouve dans les livres ou dans la conversation" ou bien "une pensée devenue banale"* » (cité par Amossy & Herschberg Pierrot, 2007 : 11). Cependant, selon Lippmann, « *la pratique du stéréotype fait partie d'un mécanisme simplificateur qui nous permet de gérer l'environnement réel, qui est à la fois trop grand, trop complexe et trop évanescent pour une connaissance directe* » (cité par Fischer, 1996 : 112). Le stéréotype n'est en effet pas forcément assimilé à un préjugé négatif et réducteur à éviter. Indépendamment des effets négatifs qu'il peut avoir, il a une utilité importante dans la manière dont on appréhende le monde, dont on représente simplement la société dans laquelle on vit.

En véhiculant donc un savoir stabilisé, en permettant au caricaturiste, qui dispose de peu de temps pour représenter les faits, de faire l'économie d'une longue description (économie du discours), l'usage du stéréotype s'avère être tout particulièrement pratique (stratégique). Il renvoie à l'idée d'un outil qui répond parfaitement aux exigences de production de la caricature ; qui a toute sa place dans la création du message que le caricaturiste cherche à faire passer, à communiquer rapidement.

La présence abondante de stéréotypes dans la caricature et la connotation peu reluisante que ces derniers ont revêtue au cours des derniers siècles ont retenu notre attention et suscité en nous l'envie d'expliquer le fonctionnement et la présence du stéréotype dans les caricatures de Dilem Ali.

Les objectifs visés à travers cette étude sont les suivants : -travailler sur les stéréotypes que nous rencontrons dans les caricatures de Dilem Ali ; -apporter un éclairage sur la manière dont ces stéréotypes, souvent présents implicitement, renforcent l'influence de la caricature et contribuent à la construction du message (sens) qu'elle véhicule. Autrement dit, chercher à statuer sur l'influence directe et exacte des stéréotypes sur les messages des caricatures et dégager les motivations principales qui sous-tendent le recours à cet outil ainsi que les différentes fonctions qu'il peut remplir.

Le stéréotype est donc le point de départ, l'instrument d'étude, et l'objet de cette étude. On va réfléchir à l'aide de cette notion et sur elle.

Ce travail vient répondre à une interrogation majeure qui est la suivante : Pourquoi la convocation des stéréotypes dans la production des caricatures de Dilem Ali? En d'autres termes, quels enjeux derrière cet usage ?

## Corpus

Tout en reconnaissant qu'il existe de multiples manières d'aborder et d'analyser les stéréotypes, nous soulignons que le choix de la caricature de presse pour réaliser cet exercice est particulièrement approprié. En effet, le rire a toujours eu une place à part dans le contexte social algérien. Par ailleurs, la proximité des stéréotypes, qui sont des croyances simplifiées «*réduisant les singularités* » (Rey, 2001 : 718), avec le monde des caricatures qui simplifient, fusionnent, incitent à la généralisation, fait que ces dernières fournissent un outil de travail riche, capable de rendre compte du rôle du stéréotype.

Les caricatures qui constituent notre corpus sont tirées du quotidien de la presse écrite algérienne, d'expression française «*Liberté* », où le caricaturiste *Dilem* exprime à sa manière son point de vue sur l'actualité, traduit, avec ses dessins drôles, lisibles et identifiables au premier regard, mais qui nous parlent au second degré, tous les tourments, tous les malheurs, toutes les revendications tirées ou ravalées, toute l'étendue des certitudes et de la maturité du peuple algérien. Le corpus étudié est composé de 31 de ses caricatures, parues pour une période allant de 2006 à 2010. Ce sont des caricatures à thèmes social, politique et culturel.

Ce corpus semble suffisamment représentatif d'un type de discours qui apparaît extrêmement stéréotypé, aussi bien au niveau des contenus thématiques que des caractéristiques formelles (les stéréotypes sont présents dans les images et dans les textes).

## Méthodologie

Comme tout texte, une caricature ne peut trouver essence qu'à travers et dans le dire d'autrui. En effet, selon Duccini, le dessinateur «*puise dans un répertoire commun de références, de situations, d'événements connus de tous* » (cité par Pozas, 2011 : 101). La caricature organise donc des signes (linguistiques, iconiques, plastiques) porteurs de significations en système pour élaborer un discours ; un message, et ce, en se basant sur une mémoire iconographique : des textes, des images sont pris et repris. En effet, selon Barthes, «*en chaque signe dort ce monstre : un stéréotype* » (cité par Dufays, 1994 : 81).

Les stéréotypes étant «*des ensembles organisés de relations entre des signifiants et des signifiés* » (ibid. : 64), c'est donc dans le champ de la sémiotique que notre travail s'inscrit : cette discipline nous permettra de mieux considérer le mode de production du sens de la caricature, autrement dit de comprendre la façon dont cette dernière provoque des significations, des interprétations, facilitant ainsi la mise en évidence des stéréotypes présents ainsi que leurs rôles.

## Rôle du stéréotype dans la caricature de Dilem Ali

Le caricaturiste Dilem Ali recourt souvent aux stéréotypes ; aux images toutes faites partagées par les membres d'une société donnée, pour présenter son regard particulier d'un fait de l'actualité abordé. Cependant, au-delà de ces fonctions évidentes, le stéréotype jouit de d'autres avantages et qualités que nous allons essayer de démontrer dans ce qui suit.

Notre première caricature<sup>1</sup> met en scène une femme vue de trois quart, l'air fatigué (paupières tombantes et les yeux presque fermés), les traits du visage exagérés (nez énorme, bouche béante, longues oreilles). Les vêtements et les accessoires qu'elle porte (une robe traditionnelle froissée, un foulard sur la tête, lui permettant de ramasser à moitié ses cheveux noirs et rebelles, et de petites boucles d'oreilles) sont des signes qui témoignent de sa situation matérielle (la pauvreté) et de son statut social (stéréotype de femme au foyer). Ses propos (« Aujourd'hui c'est mon mari qui fait la cuisine ! »), véhiculés par une bulle isolée, témoignent également de la stratégie utilisée par le caricaturiste pour mettre en scène un stéréotype social qui réduit traditionnellement la femme à des rôles domestiques. En effet, en transcrivant le terme *cuisine* en caractère plus gras que le reste du discours, Dilem accentue, par ce style typographique, le rapport étroit existant entre « la femme » et la « cuisine ». Il représente cette dernière comme mère ou épouse, associée aux occupations ayant trait au foyer et aux enfants, bref, comme un être passif et soumis.

Derrière ce personnage, un bras, visiblement celui d'un homme (la couleur bleue de sa manche véhicule ici le stéréotype du genre masculin) lui tend une écuelle remplie de nourriture, qui, sans conteste, ressemble à celle d'un chien (des croquettes). Est inscrit sur cette écuelle le nom générique « femme ». La représentation de l'homme est donc ici synecdochique : il n'est évoqué que par un signifiant plastique (la couleur bleue) et un signifiant iconique (le bras), plus précisément le bras droit ; symbole de force et de pouvoir. La femme, quant à elle, se retrouve déshumanisée, animalisée, réifiée en chien. Il y a donc activation du trait /animal/ pour «*femme*» et du trait /humain/ pour «*mari*» même si on ne voit ici que son bras.

Cette caricature qui rapproche deux univers différents : le monde des humains et celui des animaux est très chargée symboliquement. Elle nous permet de construire, en associant texte et image, un parcours d'interprétation de la domination de la femme ; de retrouver un stéréotype de genre bien connu, mais surtout elle présente la condition des femmes de façon la plus dramatique. Le caricaturiste utilise donc ici le stéréotype comme argument. Il le met bien en évidence en vue de le dénoncer, d'alerter les lecteurs sur l'inégalité de traitement, de répartition des rôles sociaux, domestiques entre l'homme et la femme, de les inviter (amener) à la réflexion et au changement des mentalités.

La deuxième caricature<sup>2</sup> analysée communique, par son titre nominal à structure binaire « France : une maghrébine ministre de la justice », et d'une manière condensée, un fait, évoque une situation, mais pas seulement : sa nominalisation, produite par l'omission de la copule « être élue/nommée », permet le rapprochement des deux termes « Maghrébine/ justice » ; assemblage très révélateur. Les Maghrébins sont en effet généralement vus comme incompetents, mafieux, délinquants, associés à des faits de vols, de violence, de terrorisme, etc. Stéréotype faisant partie intégrante de l'imaginaire culturel français.

Juste au-dessous du terme « Maghrébine », une femme bien coiffée, vêtue d'une robe moderne de couleur rose, portant des talons hauts et un cartable noir, est représentée dans un plan moyen et de profil. Elle est orientée vers l'angle droit, vers l'orient (le Maghreb). Les traits de son visage et le texte de la bulle qui l'accompagne (« Bonjour je suis Rachida Dati ») permettent de dévoiler l'identité de ce personnage individu. Le signifiant linguistique indéterminé « une Maghrébine » trouve donc son référent dans l'image et dans le texte de la bulle. Se trouve en face d'elle un homme vu de trois quart, assis sur un fauteuil, derrière un pupitre, corps et regard orientés vers la gauche (vers l'occident, vers la France). Ses sourcils froncés et unis à la racine de son gros nez, ses yeux grands ouverts, sa bouche béante ainsi que les gouttes de crachat qui en sortent sont des signes qui témoignent de sa colère et de sa méchanceté. Quant à son regard plongé sur celui de son interlocuteur, il dénote un pouvoir de domination adressé à l'autre ; à la femme. Les vêtements qu'ils portent (robe noire ; couleur qui connote son autorité, toge rouge, toque noire bordée d'un double galon) ainsi que le maillet (marteau) qu'il tient de sa main droite font référence (symbolisent) à son statut de juge. Le lexème « justice », présent dans le titre, est donc explicité visuellement par les signes synecdochiques et stéréotypés portés par le deuxième personnage qui se trouve ainsi réduit à l'essentiel.

La représentation de ces deux personnages ainsi que les textes qui les accompagnent illustrent l'idée stéréotypée selon laquelle le fait d'être d'origine arabe est généralement suffisant pour incriminer une personne. En effet, la simple consonance du nom « Rachida Dati » crée chez le juge un sentiment de colère, de rejet, d'exaspération. Celui-ci, pensant directement que cette dernière a enfreint la loi, l'interroge sur les faits qu'ils lui sont reprochés («... Et t'es accusée de quoi ?! »). Le nom donc, qui en temps normal se définit par son côté arbitraire, est ici particulièrement révélateur : il fonctionne comme un stéréotype patronymique, comme un code (une marque) permettant de repérer le pays d'origine du personnage, de construire l'image négative de l'immigré reposant sur des stéréotypes tenaces. En effet, en dépit de l'importance de son poste ministériel, Rachida Dati se retrouve ici renvoyée à sa condition originelle de femme d'origine étrangère, issue du prolétariat.

La mise en scène d'une femme maghrébine indépendante et émancipée, cadre intellectuel et donc s'opposant aux caractéristiques qui lui sont généralement associées, permet au caricaturiste, d'une part, de mettre en place le stéréotype de la femme moderne, actuelle ; représentation en parfaite adéquation avec l'évolution de la femme dans la société et qui détruit le stéréotype de femme au foyer, d'autre part, de contourner, de railler une certaine perception, rudimentaire et figée, des Maghrébins construite par le discours français. Ce personnage femme fonctionne en effet comme un contre-stéréotype qui permet d'évoquer les difficultés pour une femme de prendre les commandes au sein d'un ministère gouverné par les hommes, encore plus pour une femme d'origine immigrée, supposée inapte à un tel grade (victime de discrimination raciale).

L'utilisation du stéréotype vient également répondre à d'autres besoins comme le démontre la troisième caricature<sup>3</sup> qui met en scène deux personnages types (un homme et une femme) avec des cheveux noirs ondulés ; une peau mate et un surdimensionnement des faciès (gros nez, grande bouche, oreilles longues). Cette représentation permet d'identifier ces personnages, ou du moins leur origine arabe, elle est donc stéréotypée. Elle a également pour but de provoquer l'humour. Les deux textes verbaux véhiculés par des bulles multiples et qui accompagnent les deux personnages représentent la conversation qui s'engage entre eux : la première bulle figure en haut et au centre (elle exprime le présent, l'immédiateté, les causes du fait déclenchant) ; la deuxième apparaît en bas et à droite (elle incarne le futur immédiat, le point d'arrivée, les conséquences). Le premier texte (« Tu crois qu'on va être entendus ? ») est marqué par un point d'interrogation. Associé au geste de la main gauche (paume ouverte) de la femme, il traduit son état de questionnement, d'inquiétude. Le deuxième texte représente quant à lui la réplique elliptique du deuxième personnage à la question de la femme en expliquant, index gauche levé (signe d'affirmation, d'engagement) et main droite sur la taille (synonyme ici de prise de parole et de mise en avant : l'homme voulant se caler comme le personnage central), que « oui » ils vont être entendus, mais « dans un commissariat ». Par le code kinésique, le caricaturiste met donc implicitement en place le stéréotype de l'homme dominant.

L'adverbe d'affirmation « oui » est mis en caractère gras afin de montrer sa suprématie (le personnage appuie fortement sur ce mot). Cet adverbe est suivi de trois points de suspension montrant que le personnage fait preuve de recul, de prudence. Le syntagme prépositionnel « dans un commissariat ! » s'achève quant à lui par un point d'exclamation traduisant ainsi la situation tendue dans laquelle se trouvent les deux personnages.

Cette caricature à message informatif illustre deux citoyens tentant de mobiliser pacifiquement le peuple contre la politique de Bouteflika. Une politique qui tente de

maintenir en place les présidents sortant grâce à des amendements constitutionnels (supprimant la limitation du nombre de mandats présidentiels) introduits au mépris du principe de l'alternance au pouvoir, lequel constitue l'une des garanties d'un système démocratique. Elle dénote la réflexion d'une pensée éveillée portant sur l'amendement de certains articles et permet de construire le stéréotype du régime politique, électoral, dictatorial qui règne en Algérie et qui n'est pas au goût de peuple mais que faire contre la loi. En effet, la méthode utilisée par les citoyens (de simples affiches placardées) illustre une certaine forme de désespoir, de pessimisme devant la détermination du président de briguer un troisième mandat. Quant à l'usage du terme ambigu « entendus », il n'a pas seulement un but humoristique. En effet, par ce jeu de mot, le caricaturiste, ne pouvant critiquer de manière ouverte et directe le pouvoir, fait référence aux diverses mesures répressives et stéréotypées (violences, intimidations, licenciements, emprisonnements et parfois même assassinats) qu'adopte l'Etat algérien pour museler toute voix contestataire. Ce qui explique donc la représentation de l'homme de dos (angle qui reflète la situation difficile et dangereuse dans laquelle il se trouve), l'inquiétude qui se lit sur le visage de la femme (ses yeux sont un peu tombants et la bouche entrouverte) et l'emploi des points de suspension et du pronom indéfini « on » ; pronom qui reflète un état de vigilance, de distanciation, de prudence de la part de ce personnage. Les autres signes, en dehors des bulles, sous forme de gouttes de sueur témoignent également du sentiment de peur de ces deux personnages. Par ce stéréotype de la liberté d'expression en Algérie, le caricaturiste fait donc passer implicitement son message, critique le régime algérien qui n'est démocratique que de façade, et ce, sans prendre le risque d'être censuré.

Par ailleurs, la représentation d'une femme engagée dans une action protestataire et donc insérée dans un monde qui, dans la société algérienne, est plutôt masculin n'est pas anodine. Elle a pour visée de briser le stéréotype de la femme au foyer, soumise, qui pèse encore aujourd'hui très lourdement dans les mentalités et de ce fait mettre en scène l'image de la femme moderne, intelligente, révolutionnaire et activiste, qui cherche à se faire une place dans l'espace public, professionnel et politique.

Dans la quatrième caricature<sup>4</sup>, on voit un seul personnage ; une femme vue de profil, dans un plan d'ensemble. Elle apparaît avec de longs cheveux blonds et soyeux, de petits yeux, la bouche teintée en rouge (couleur de séduction). Le bas, à partir de la taille, de cette jolie femme est celui d'un poisson. Cette personnification type donne lieu à une sirène et permet d'illustrer l'idée selon laquelle les harragas tentés et obnubilés par le chant mélodieux des sirènes et par leur pouvoir de séduction veulent embarquer coûte que coûte sur des bateaux de fortune pour rejoindre l'autre rive de la Méditerranée. On retrouve donc ici le stéréotype de l'homme algérien désarçonné, désespéré, prêt à opter pour cet acte de désespoir pour fuir sa situation sociale précaire, son avenir

incertain, son pays. Mais par ce stéréotype de l'algérien clandestin, le caricaturiste Dilem met en place un nouveau stéréotype ; celui de la femme harraga. En effet, le profil du seul jeune chômeur brûleur de frontières a bien changé : contrairement aux idées reçues, les candidats au saut dans l'inconnu ne sont pas que des hommes. Bien que minoritaire, la gente féminine semble de plus en plus elle aussi tentée par la Harga : le manque de perspectives, la détresse, la violence, la marginalisation, le poids des traditions, le patriarcat, etc., les poussent à fuir leur pays. L'apparition de cette nouvelle catégorie d'immigrants est en effet signe d'un malaise social profond, de rupture de dialogue entre l'Etat algérien et son peuple. C'est la conséquence de l'absence d'intermédiation, de la domination du champ politique et social.

Par ce nouveau stéréotype, le caricaturiste tire donc la sonnette d'alarme. Il critique, implicitement, le pouvoir algérien, véreux et incompetent, qui ne parvient pas à retenir ses enfants, à stopper la prolifération de ce phénomène.

Le caricaturiste, qui puise ses stéréotypes dans la culture commune, commente donc ici une réalité en permanente évolution et s'en nourrit. Il renouvelle et restructure le contenu de la culture. Ce qui fait que cette caricature fonctionne comme une éponge. Elle intègre comme procédé un événement qui rencontre un écho dans la société et crée à son tour un nouveau stéréotype. Par ailleurs, le fait de revisiter un stéréotype bien ancré crée un effet de surprise qui donne son côté drôle à cette caricature.

## Conclusion

Au terme de cette étude sémiotique, nous déduisons que l'usage du stéréotype s'avère être tout particulièrement pratique (stratégique). C'est un outil qui répond parfaitement aux exigences de production des caricatures. Il n'est donc pas forcément assimilé à un préjugé négatif et réducteur à éviter à tout prix. Indépendamment des effets négatifs qu'il peut avoir, le stéréotype a en effet une utilité importante et les raisons qui amènent le caricaturiste, qui tente de toucher un public large, à en faire appel sont diverses :

- Déconstruire le stéréotype : soit en le mettant fort en évidence, et donc en le combattant par l'absurde, ou bien en le contournant à l'aide de contre-stéréotypes, autrement dit en le retravaillant en vue de le modifier, de le dénoncer ou d'amener le lecteur à la réflexion.
- Façonner et installer d'autres stéréotypes qui n'existent pas encore : la caricature, en véhiculant des jugements tout faits, peut en effet s'en servir pour construire de nouveaux stéréotypes. Ceci tient évidemment aux propriétés de régulation que cet outil détient comme le remarquent Grandières & Molin (2003 : 10) : « *Le stéréotype agit (...) comme un outil de régulation dans une société, ayant ce qu'il faut de*

*connu et de stable pour ne pas émouvoir et inquiéter, et de souple pour accueillir la nouveauté et l'adapter*». -Faire rire le lecteur : le caricaturiste utilise des stéréotypes, proposés sur un mode burlesque, afin de tourner en dérision certains personnages, de dédramatiser les situations. Ainsi, les stéréotypes sont dans les caricatures, fondamentalement d'ordre ludique. Ils sont au service de l'humour et participent fortement aux ressorts comiques de la caricature. En effet, selon Dufays (1994 :127), « *La caricature utilise les stéréotypes afin de divertir ses [lecteurs] et de donner à son discours un ton plus « décontracté»* ». -Faire passer implicitement son message : les stéréotypes sont rarement présents sur un mode explicite ; ils demandent toujours à être reconstruits. Ils constituent donc un outil très efficace permettant au caricaturiste, qui se retrouve souvent confronté à la censure, aux interdictions et aux tabous, de faire passer son message de façon détournée ; sans prendre le risque d'être censuré ou d'heurter la sensibilité des lecteurs, et ce, tout en conservant dans l'énoncé un support, des indices qui permettront de déduire le contenu implicite. Le caricaturiste voit en effet dans les stéréotypes « *les schèmes implicites ou les évidences partagées qui sous-tendent une parole située* » (Amossy & Herschberg Pierrot, 2007 : 117). -Assurer une identification rapide et immédiate : grâce au stéréotype, qui réduit (simplifie) les personnages ou les objets à l'essentiel ; qui leur confère un caractère familier, la caricature permet une identification immédiate des personnages ou de la situation et donc écarte toute ambiguïté et assure la bonne lisibilité de l'histoire.

C'est donc pour assurer ces effets ; pour répondre aux nombreux besoins que le caricaturiste est contraint d'accomplir que l'usage des stéréotypes est aussi dense dans la caricature. Leur présence n'est donc en aucun cas aléatoire ; ils sont la clé pour que la caricature devienne traduisible et efficace, pour que le caricaturiste atteigne sa cible. En effet, selon Dufays (1994 : 232), les stéréotypes « *ne sont pas simplement des « faiblesses » trahissant un manque d'imagination ; [ils] sont d'abord la source de toute signification* ».

## Bibliographie

- Amossy, R. 1991. *Les idées reçues : sémiologie du stéréotype*. Paris: Nathan.
- Amossy, R., Herschberg Pierrot, A. 2007. *Stéréotypes et clichés: Langue, discours, société*. Paris: Armand Colin.
- Dufays, J.L. 1994. *Stéréotype et lecture : essai sur la réception littéraire*. Liège: Mardaga.
- Fischer, G.N. 1996. *Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale*. Paris: Dunod.
- Grandieries, M., Molin, M. 2003. *Le stéréotype, outil de régulations sociales*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Morfaux, L.M., Lefranc, J. 1980. *Vocabulaire de la philosophie et des sciences humaines*. Paris: Armand Colin.

Pozas, M. 2011. « Femme, religion et éducation dans le dessin de presse espagnol » in *Humour et crises sociales : regards croisés France-Espagne*. Paris: L'Harmattan.

Rey, A. 2001. *Le Grand Robert de la langue française*. Paris: Le Robert.

Roberts-Jones, P. 1963. *La caricature du second empire à la belle époque, 1850-1900*. Paris: Club français du livre.

#### Notes

On peut trouver les quatre caricatures analysées dans cet article à l'adresse suivante : <http://www.liberte-algerie.com/archives-pdf>. [Consultée le 18 mars 2014].

1. Caricature 1 : N° 4709 du quotidien *Liberté*, du samedi 8 mars 2008.
2. Caricature 2 : N° 4466 du quotidien *Liberté*, du mercredi 23 mai 2007.
3. Caricature 3 : N° 4682 du quotidien *Liberté*, du mardi 5 février 2008.
4. Caricature 4 : N° 4762 du quotidien *Liberté*, du samedi 10 mai 2008.