

Laurent Baridon, Frédérique Desbuissons et Dominic Hardy (dir.)

L'Image railleuse La satire visuelle du XVIII^e siècle à nos jours

Publications de l'Institut national d'histoire de l'art

Portrait du journal en saltimbanque

Autoreprésentation et personnification de la presse satirique
européenne au XIX^e siècle

Sandro Morachioli

DOI : 10.4000/books.inha.8185

Éditeur : Publications de l'Institut national d'histoire de l'art

Lieu d'édition : Paris

Année d'édition : 2019

Date de mise en ligne : 6 juin 2019

Collection : Voies de la recherche

EAN électronique : 9782917902707



<http://books.openedition.org>

Référence électronique

MORACHIOLI, Sandro. *Portrait du journal en saltimbanque : Autoreprésentation et personnification de la presse satirique européenne au XIX^e siècle* In : *L'Image railleuse : La satire visuelle du XVIII^e siècle à nos jours* [en ligne]. Paris : Publications de l'Institut national d'histoire de l'art, 2019 (généré le 02 septembre 2023). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/inha/8185>>. ISBN : 9782917902707. DOI : <https://doi.org/10.4000/books.inha.8185>.

Ce document a été généré automatiquement le 2 septembre 2023.

Portrait du journal en saltimbanque

Autoreprésentation et personnification de la presse satirique européenne au XIX^e siècle

Sandro Morachioli

- 1 L'identification d'un journal avec une figure symbolique constitue un procédé très répandu dans la presse satirique européenne du XIX^e siècle. Ce procédé est étroitement lié au format du journal illustré, qui s'est affirmé avec *La Caricature*, lors de la monarchie de Juillet, avant de se propager ensuite dans toute l'Europe. Les personnifications des journaux sont habituellement placées sur les vignettes du bandeau, lieux programmatiques, porteurs du dispositif journalistique satirique. Mais on peut les retrouver également à l'œuvre dans les textes des articles et les vignettes d'actualité. L'introduction du dessin dans la presse satirique a en effet soulevé la question de la création d'un nouveau type de figuration, capable d'exploiter la périodicité du journal et son exposition continue au sein de l'espace public. Le journal se met littéralement en scène, en prenant ainsi les traits d'un personnage fictionnel qui partage l'espace de la représentation avec les personnages « réels » de la vie politique.
- 2 Dans *Homo ludens*, Johan Huizinga écrivait que la personnification est « l'essence de tout mythe et de presque toute inspiration poétique¹ ». Ernst H. Gombrich remarquait toutefois que leurs nombreuses récurrences dans l'histoire de l'art ont conduit les chercheurs à sous-estimer l'importance d'un phénomène considéré trop familier². Le point de départ de mon article est précisément l'idée que la création d'un personnage incarnant le journal n'est pas seulement une figure rhétorique propre à l'arsenal du caricaturiste, mais également le nœud central d'un métadiscours et d'une stratégie médiatique de narration qui concernent de près l'objet « journal », les mythologies fondatrices de son identité et la construction de sa personnalité satirique³. Grâce à sa sérialité visuelle suivant la périodicité des publications, la personnification du journal active des processus collectifs de reconnaissance et d'identification. Elle joue un rôle décisif dans les rapports de la presse satirique avec son public, tant au niveau politique que commercial. Il est intéressant de noter que les journaux satiriques s'identifient très souvent à des personnages provenant du monde des spectacles ou du théâtre forain.

C'est ce que Jean Starobinski décrit comme « une forme singulière d'identification⁴ » qui accompagne dans la littérature la construction du mythe du saltimbanque, que les artistes visuels célébreront généralement plus tard. En même temps, il s'agit d'un symptôme du processus de « théâtralisation de la réalité » entamé par la presse satirique dès ses débuts, pendant la Révolution⁵. Le langage visuel de la presse satirique trouve en effet dans la « théâtralité » un important répertoire de gestes et d'expressions bien connus du public⁶.

- 3 Avant même d'analyser leur utilisation, il est nécessaire de jeter un coup d'œil à la distribution des personnifications des journaux dans la presse satirique du XIX^e siècle afin de mieux définir la nature de cette stratégie médiatique. En effet, tous les journaux satiriques européens n'ont pas adopté de figure symbolique de référence et, quand ils l'ont fait, tous ne l'ont pas utilisée de la même manière. Dans sa monumentale *History of the Comic Strip*, David Kunzle imaginait une sorte de règle pour identifier la présence des bandes dessinées dans les journaux du XIX^e siècle. Selon l'historien de l'art états-unien, plus le journal était sérieux, politique et sophistiqué, moins il était probable qu'il contienne des bandes dessinées. En revanche, si le journal misait sur le divertissement, il était plus probable d'y trouver des bandes dessinées⁷. À certains égards, je pense que l'on peut utiliser cette même règle pour relever la présence de la personnification dans les journaux satiriques, mais à condition de la renverser : si la bande dessinée du XIX^e siècle est un indicateur de divertissement, la personnification du journal représente un élément de politisation et de théâtralisation de la politique ; elle est en fait un moyen de positionnement du journal au sein de l'espace politique. Ainsi, une figure symbolique représentant le journal apparaît plus systématiquement dans l'hyperpolitisé *La Caricature* que dans *Le Charivari* ou *Le Journal pour rire*, qui suivent un modèle journalistique tendant, sauf à des moments déterminés de leur histoire, plus vers la satire de mœurs que vers la bataille politique. De même, nous retrouvons la personnification dans le journal berlinois *Kladderadatsch* plutôt que dans les munichoises *Fliegende Blätter*, bien plus timides politiquement, où apparaissent tout de même plusieurs exemples importants de bandes dessinées⁸.
- 4 L'objectif de ce texte est donc de réfléchir aux formes visuelles et aux fonctions de la personnification en se concentrant sur son rôle dans la fabrication de la personnalité satirique des différents journaux. Tout d'abord, il est nécessaire de s'arrêter sur quelques précédents qui constituent des moments clés dans l'histoire de cette stratégie médiatique.

Le spectacle des journaux

- 5 La tendance à adopter une figure symbolique plus ou moins humanisée est ancrée dans la presse périodique européenne du XVIII^e siècle, notamment dans le journal anglais *The Spectator*. Ce phénomène s'accompagne généralement de certains procédés rhétoriques mis en œuvre dans le texte : dans la presse anglaise, les articles étaient souvent écrits à la première personne et la personnification figurait quelquefois dans les vignettes d'entête, pour attirer l'attention du public. Un précédent décisif pour le journalisme satirico-politique du XIX^e siècle est pourtant un journal français : *Le Père Duchesne*, et ce, pour deux raisons. La première est qu'il s'inscrit dans une conjoncture intermédiaire fondamentale pour les développements de la presse satirique du XIX^e siècle, à savoir le processus de politisation du théâtre et des spectacles populaires, notamment de la

tradition de la farce, dans la presse d'opinion entre les XVIII^e et XIX^e siècles⁹. Le Père Duchesne a constitué l'une des plus célèbres figures de la farce parisienne du XVIII^e siècle. Durant la Révolution, il est devenu le prototype pour plusieurs pamphlets révolutionnaires, puis le titre et l'icône du journal incendiaire publié par Jacques-René Hébert¹⁰. À travers les pages du journal d'Hébert, le Père Duchesne s'adresse directement au public, dans un langage violemment émotif, marqué justement par les codes de la farce. La deuxième raison qui explique son importance est qu'au cours de la Révolution, il fut le protagoniste de diverses caricatures sur estampes volantes¹¹. Il devint rapidement le plus célèbre des personnages de farce « adoptés » par la presse pendant la Révolution française, au point de « symboliser pour de nombreux lecteurs l'ensemble des journaux et des journalistes révolutionnaires¹² ». Mais il ne s'agit là que des débuts de la fusion visuelle entre un journal et un personnage provenant de la tradition des spectacles populaires.

- 6 Un autre précédent à mentionner est justement l'apparition de figures représentant des journaux dans les estampes satiriques¹³. Cette présence, qui prend un nouvel élan à la fin de l'ère napoléonienne et durant la Restauration, reflète le rôle croissant de la presse dans la vie politique. Le journal devient ainsi un personnage à part entière de la vie politique. Son importance commence à se traduire en images, comme dans une estampe de 1818 qui oppose le journal royaliste *La Quotidienne* au progressiste *Journal du commerce* dans une composition calquée sur les *Sabines* de David (ou bien sur des caricatures qu'en fit James Gillray)¹⁴ (fig. 1). Le *Journal du commerce* tente d'aveugler son adversaire en lui renvoyant à l'aide d'un miroir le reflet d'un rayon de soleil, allusion à la tradition des Lumières. Cette image inaugure l'heureux filon iconographique du duel journalistique¹⁵, tout en exploitant le motif révolutionnaire du vêtement de papier (journal) que porteront bon nombre de personnifications de journaux¹⁶.



Fig. 1 : Anonyme, *Combat entre la Quotidienne et le journal du Commerce*, 1818, lithographie coloriée, Londres, British Museum.

© Trustees of the British Museum.

- 7 Une synthèse des deux phénomènes – l’adoption d’une figure symbolique par un journal et la présence des personnages-journaux dans les estampes – nous est présentée par une estampe satirique datant de 1814, où apparaissent huit représentations de journaux, du *Moniteur*, présenté endormi sur une chaise pour illustrer son caractère soporifique, jusqu’au *Journal général de France*, ironiquement présenté comme un Arlequin pour « la bigarrure de ses opinions¹⁷ » (fig. 2). Mais surtout, au centre de la composition, on observe un personnage vêtu de jaune, armé d’un arc et d’un carquois garni de flèches, qu’il lance « sur tous ceux qui l’environnent¹⁸ ». C’est probablement là le premier autoportrait d’un journal satirique, qui se présente fièrement en opposition à ses concurrents : *Le Nain jaune* (1814-1816). Publié comme la continuation d’une feuille littéraire, *Le Journal des arts, des sciences et de la littérature*, *Le Nain jaune* fut l’un des premiers journaux satiriques français à vendre, à une fréquence régulière, une estampe satirique pliée dans ses pages. *Le Nain jaune* était le protagoniste d’un conte de fées publié en 1698 par Madame d’Aulnoy, mais aussi d’un mélodrame à succès mis en scène en 1804 au théâtre de la Gaîté, à Paris¹⁹. Méchant, affreux et grand rival d’un roi riche et puissant, le personnage du Nain jaune dut sembler parfait pour représenter l’un des premiers journaux satiriques français. Il fut par la suite en effet un modèle important pour *La Caricature*²⁰.

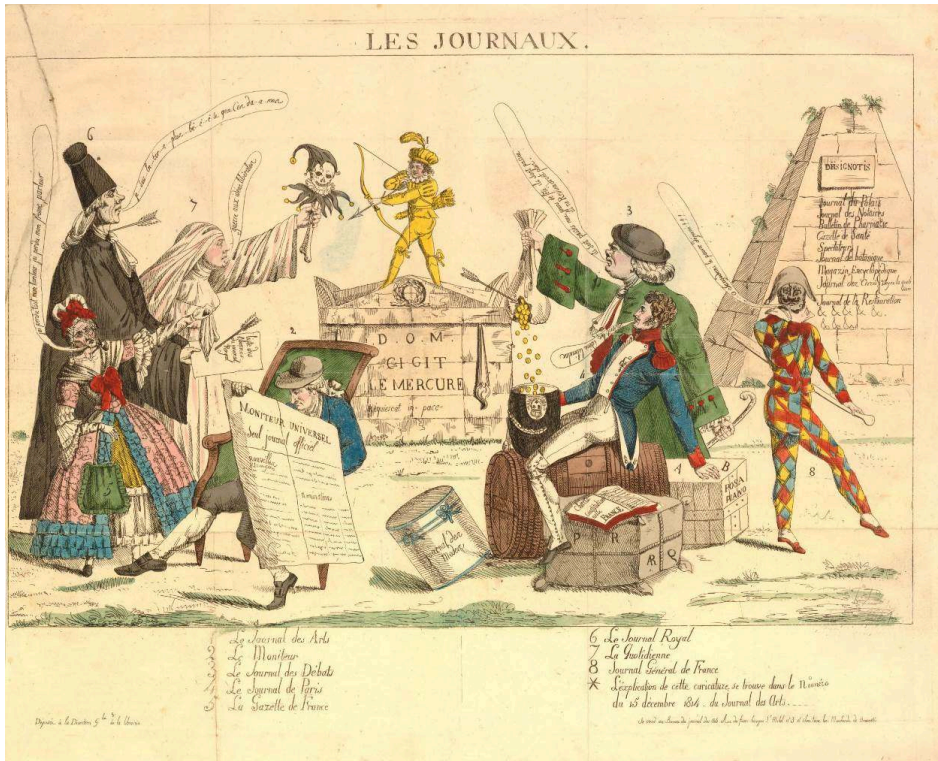


Fig. 2 : Anonyme, *Les Journaux*, eau-forte coloriée, *Le Nain jaune*, 15 décembre 1814.

© Trustees of the British Museum.

Un bouffon sur la scène

- 8 L'avènement de *La Caricature*, fondée par Charles Philipon en 1830, succédant à *La Silhouette*, marque une nouvelle configuration dans les liens entre images satiriques et articles. Il se produit alors un tournant crucial dans les contextes de production et d'utilisation de la représentation satirique : on passe des estampes volantes aux vignettes insérées aux pages des journaux. Ce nouveau dispositif inaugure des rapports rédactionnels inédits et de nouveaux schémas de perception²¹. Le recours à la personnification du journal s'insère précisément dans ce contexte, tout en jouant un rôle fondamental dans la configuration d'une nouvelle « réalité » satirique.
- 9 On doit au crayon de Grandville le « génie » représentant *La Caricature*. Dans les premiers numéros, le fou campe dans les vignettes de bandeau²², mais il apparaît ensuite aussi dans les lithographies en pleine page. Cette personnification de la caricature politique entre tout de suite en résonance avec le mythe romantique du bouffon médiéval, tout en anticipant l'essor du Triboulet de Victor Hugo dans *Le roi s'amuse* (1832)²³. En hommage au *Nain jaune*, le fou de *La Caricature* tient lui aussi un arc ; et il l'utilisera sans pitié, décochant ses crayons acérés (qui sont à la fois les attributs du journalisme illustré et du métier de dessinateur) sur l'hydre du « juste milieu », symbolisant la monarchie de Juillet, dans une lithographie signée par Charlet et Desperet²⁴. Les attributs du fou de *La Caricature* peuvent varier : arc, fouet ou bien fusil, comme dans *Attaque des forts détachés* (fig. 3), où des représentants de la presse tentent de s'emparer d'une Bastille en forme de poire, placée devant le palais des Tuileries. L'architecture du fort contient une allusion très claire à Louis-Philippe, cible privilégiée

de la célèbre « campagne de l'irrespect » menée par les feuilles de l'opposition contre le roi et son entourage²⁵. Le fou est aligné sur le champ de bataille de la presse française d'opposition. Les distinctions et les rôles des divers personnages sont nettement définis dans cette estampe qui dépeint la caricature – et plus généralement la presse – comme une arme. *La Caricature* tient un mousquet et un autre représentant de la petite presse, *Le Corsaire*, tient un pistolet, tandis que les personnifications de la grande presse (*La Tribune*, *Le National*, *Le Courrier français*) tirent des boulets de canon. Mais il faut aller au-delà de la métaphore courante faisant de la caricature une arme pour analyser la richesse symbolique de l'image du petit fou dans les planches de *La Caricature*²⁶. Il faut en effet noter d'autres variations iconographiques (dont le fou est le protagoniste) qui contribuent à renforcer l'identité extrêmement agressive du journal de Philipon. Champfleury écrira quelques décennies plus tard dans son *Histoire de la caricature moderne* que « Philipon a personnifié en lui [...] la caricature politique²⁷ ». Les traits physiologiques du fou ont permis à la critique de l'identifier souvent comme un portrait de Charles Philipon²⁸. Le caractère fictionnel du type emblématique est ainsi modéré par des éléments réalistes. En même temps, ce type d'image reflète des tensions rédactionnelles : ici, la primauté de la figure de Philipon sur celle de ses dessinateurs.

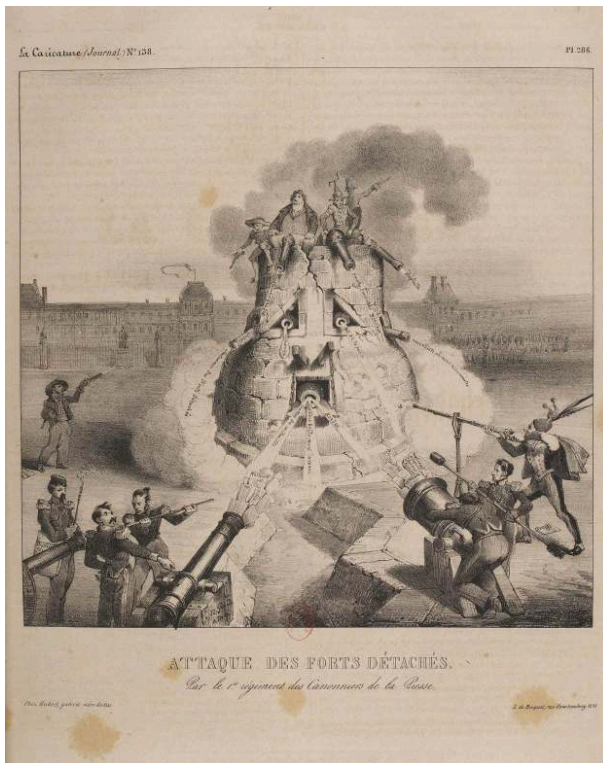


Fig. 3 : Grandville, *Attaque des forts détachés par le 1^{er} régiment des Canonniers de la Presse*, lithographie, *La Caricature*, 27 juin 1833.

Source : gallica.bnf.fr / BnF.

- 10 En revanche, le petit fou dessiné par Traviès dans *La Mort-aux-rats politiques* en 1834 n'a certainement pas les traits de Philipon (fig. 4). Il a le visage d'un adolescent, ce qui le rend plutôt troublant. Portant un arc en bandoulière et un gros crayon attaché à la taille, il est accompagné d'un porc-épic, suivant l'association « ingénieuse » inaugurée par Grandville dans son affiche de 1830 pour *La Caricature* et dans la vignette de bandeau, revendiquant le caractère « piquant » de la satire²⁹. L'image de Traviès reprend l'une des plus féroces iconographies révolutionnaires, qui se référerait à son tour

à des images « populaires » liées à l'imaginaire de la peste³⁰. Ses adversaires politiques subissent un processus de dégradation, rabaissés au rang d'animaux : le petit fou de *La Caricature* est en effet crûment présenté comme un chasseur de rats politiques.



Fig. 4 : Traviès, *La Mort-aux-rats politiques*, lithographie, *La Caricature*, 4 décembre 1834, n. p.
Source : gallica.bnf.fr / BnF.

- 11 Après 1832, *La Caricature* apparaît souvent en compagnie de son associé, le récent *Charivari*, lui aussi représenté par un petit fou. Dans cette lignée, on trouve par exemple une image – publiée dans *La Caricature* en 1834 – du *Charivari* dessinant une poire sur le dos de Louis-Philippe, habillé en Paillasse, *La Caricature* se moquant de ce dernier³¹ (fig. 5). On trouve encore *La Caricature* et *Le Charivari* apparaissant tous deux sous la forme de cauchemars nocturnes au prince Rosolin, dans une iconographie déjà employée par Daumier pour attaquer *Le Constitutionnel*, racheté par Louis Véron³².



Fig. 5 : Anonyme, *Ah ! je te connais Paillasse !*, lithographie, *La Caricature*, 30 janvier 1834.
Source : gallica.bnf.fr / BnF.

- 12 Les scènes dans lesquelles *La Caricature* est le protagoniste présentent différentes variantes, mais concernent toujours les relations frontales que la presse satirique entretient avec le pouvoir (ou avec la presse soumise au pouvoir). Ces images portent en ce sens à la fois une visée programmatique et une affirmation de l'identité du journal. Elles représentent de manière presque « sadique » les relations entre *La Caricature* et la monarchie de Juillet : la personnification du journal joue de préférence le rôle du bourreau dans des iconographies de dérivation sacrée, comme l'« *Ecce homo !* », de mémoire rembrandtienne, où Louis-Philippe est présenté à la foule par le fou de *La Caricature* et par *Le Corsaire*³³.
- 13 En raison de sa dimension fortement politique, la présence de ces figures dans les journaux de Philippon diminuera sensiblement après les lois de septembre 1835. Des stratégies satiriques renouvelées apparaîtront avec de nouvelles figures sérielles, comme le « type » social de Robert Macaire, bandit sans scrupule créé par Benjamin Antier. De nouveaux paradigmes s'imposeront sur celui de la théâtralisation de la politique. À ce sujet, Baudelaire observe que « la caricature, dès lors, prit une allure nouvelle, elle ne fut plus spécialement politique. Elle fut la satire générale des citoyens. Elle entra dans le domaine du roman³⁴. »
- 14 Dans *Le Charivari*, les images du fou comme personnification du journal réapparaîtront seulement dans le contexte du long et très virulent duel journalistique qui opposa *Le Charivari* et *Le Constitutionnel* entre 1849 et 1850³⁵, et dans diverses planches réalisées par Daumier et publiées dans *Le Charivari* entre 1867 et 1872³⁶.

Masque et gentleman

- 15 *Punch or The London Charivari*, fondé en 1841, s'inspire ouvertement du *Charivari* parisien. Le recours du journal anglais à la personnification est cependant bien différent de ce qui s'était produit dans les journaux de Philippon.
- 16 D'abord, *Punch* fut nommé d'après un personnage déjà connu du public, comme dans les cas du *Nain jaune* et du *Père Duchesne*. Le personnage de Mr. Punch correspond à une version anglaise et modernisée du Polichinelle de la commedia dell'arte, protagoniste d'un spectacle de marionnettes intitulé *Punch and Judy*, très populaire en Angleterre aux XVIII^e et XIX^e siècles.
- 17 L'utilisation de ce procédé, qui perdura, pour le fonctionnement symbolique du célèbre journal londonien, tout au long de son existence (1841-2002)³⁷, est bien plus intrusive que dans les journaux de Philippon. Le bouffon de *La Caricature* ou du *Charivari* apparaissait presque uniquement s'il participait à l'action ou bien dans des images porteuses de l'identité du journal qui concernaient soit ses liens avec le pouvoir, soit son positionnement par rapport aux autres organismes de presse. L'utilisation de la figure de Mr. Punch, elle, dépasse de loin ces cadres : Mr. Punch apparaît partout, hantant les pages de la publication.
- 18 Cette figure revêt en effet un rôle structurel dans le fonctionnement du journal : on dirait que tous les événements de la vie publique y sont « filtrés » par le regard de Mr. Punch. Il est important de souligner que, par rapport à *La Caricature*, le format journalistique a sensiblement changé en ce qui concerne les relations entre textes et images. Les vignettes de *Punch* ne sont pas imprimées en lithographie mais intégrées aux textes des articles grâce à la gravure sur bois. Mr. Punch est non seulement le protagoniste d'une immense quantité de dessins réalisés par John Leech, Richard Doyle ou John Tenniel, qui apparaissent en frontispices, en vignettes ou dans les frises décoratives : il est aussi le protagoniste de courts récits, articles rédigés à la première personne et portant sa signature. Sa présence est aussi quantitativement remarquable au sein du *large cut*, la vignette en pleine page consacrée au fait politique de la semaine. L'omniprésence de sa figure confère une unité et un style cohérent au journal. Mr. Punch incarne en effet une sorte de signature collective, qui occulte la polyphonie nécessaire à la production du journal³⁸. Son utilisation constitue un formidable élément de fidélisation du public ainsi qu'une marque commerciale puissante, largement utilisée pour vendre des produits liés à la publication (étrennes, almanachs, recueils de dessins). L'identification entre le journal et son personnage symbolique est ainsi totale, à tel point que c'est à Mr. Punch que sont adressées les lettres des lecteurs³⁹. Mr. Punch est en effet le héros d'une histoire ; c'est le principal interprète d'une narration partagée avec le lectorat. Un récit de William Makepeace Thackeray, publié dans la *Quarterly Review* en 1854, raconte les métamorphoses de Mr. Punch, depuis ses débuts comme marionnette vedette aux origines modestes, violent envers sa femme, Judy, jusqu'à sa transformation en vrai gentleman personnifiant le journal⁴⁰.
- 19 Contrairement au fou de *La Caricature*, Mr. Punch est un type fixe du point de vue physiologique ; mieux encore, c'est un véritable masque doté de caractéristiques constantes, telles que son long nez. Ce qui nous impressionne est pourtant la versatilité iconographique de ce masque : ses travestissements et ses fluctuations iconographiques sont continus et frénétiques. L'ample gamme du registre parodique garantit un puissant effet comique. On peut trouver Mr. Punch habillé en Napoléon tandis qu'il

passé en revue les *pensionnés d'État* dans une parodie d'après Auguste Raffet (fig. 6), comme on peut l'admirer en version Hamlet, dans une image tirée d'un tableau de Sir Thomas Lawrence datant du début du siècle⁴¹.

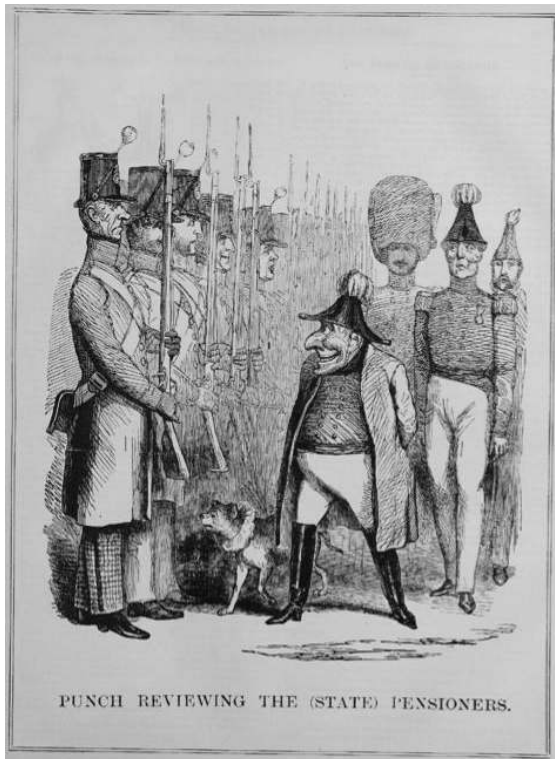


Fig. 6 : John Leech, *Punch reviewing the (state) pensioners*, gravure sur bois, *The Punch*, 1845.

© CC-BY.

- 20 Par rapport aux personnifications de *La Caricature* et du *Charivari*, l'agressivité de Mr. Punch est nettement atténuée. Dans les *large cuts*, ce personnage est très fréquemment représenté dialoguant, en gentleman élégant, avec différents hommes politiques. Très souvent, il les rabroue sur le ton (et la bienveillance) d'un maître grondant ses élèves. Il peut se présenter comme un diplomate en visite aux Tuileries, comme le véritable pacificateur des rapports entre la France et l'Angleterre, aux côtés de Louis-Philippe et la reine Victoria⁴², ou bien faire les honneurs de la maison au patriote hongrois Lajos Kossuth à son arrivée en Angleterre en 1851⁴³.
- 21 Face à certains sujets, tels que la religion catholique et le colonialisme, la position générale du journal demeure souvent imprégnée de violence. Toutefois, il semble qu'à l'intérieur des vignettes, le personnage de Mr. Punch n'arrive pas à des niveaux de violence comparables à ceux de *La Caricature*, ni aux excès qui caractérisaient la période georgienne. Dans l'un des cas de violence symbolique les plus prononcés, on voit en effet Mr. Punch lançant une arme « impropre », une chaussure, en direction d'un officier anglais en partance pour les colonies indiennes⁴⁴. On est bien loin des véritables armes employées par le fou aux airs diaboliques de *La Caricature*.
- 22 Il nous faut cependant noter que, dans de nombreux cas, si Mr. Punch est présent à l'intérieur des *large cuts*, il n'y accomplit aucun type d'action. Robert Altick, auteur d'une très utile histoire des dix premières années de *Punch*, a rapproché cette disposition particulière de la personnification du journal au rôle du chœur dans la tragédie grecque⁴⁵. En effet, Mr. Punch commente parfois ce qui se passe au premier

plan par une phrase ou une mimique. D'autres fois, il se contente d'observer. On le trouve sous la forme d'un chérubin, offrant au lecteur un audacieux point de vue aérien sur l'amiral Napier lisant le *Times* assis sur le grand mât, en signe de punition⁴⁶ ; ou bien on le voit dans une loge, assistant souriant à une farce théâtrale mettant en scène le Premier ministre Robert Peel (fig. 7). La position de Mr. Punch parmi les spectateurs est ici très significative, puisqu'elle montre un procédé d'identification du journal avec son public. Dans plusieurs images, le journal s'affirme même comme un dispositif de vision. C'est Mr. Punch qui a pour fonction de chercher le contact avec le public, tout en révélant le spectacle de la politique. Alors que *La Caricature* et *Le Charivari* jouaient le rôle de cauchemars de leurs adversaires politiques, dans *Punch*, c'est le journal même qui montre ses rêves ou ses cauchemars⁴⁷. Dans le même esprit, on peut trouver Mr. Punch en lanterniste, projetant les images de l'actualité politique⁴⁸. Le dispositif de vision se présente ainsi comme un instrument de vérité, en suivant l'iconographie révolutionnaire de la lanterne magique⁴⁹. C'est à travers cette utilisation persistante et variée de la personnification du journal que *Punch* constituera un modèle opératif fondamental pour la presse européenne née avec les révolutions de 1848.

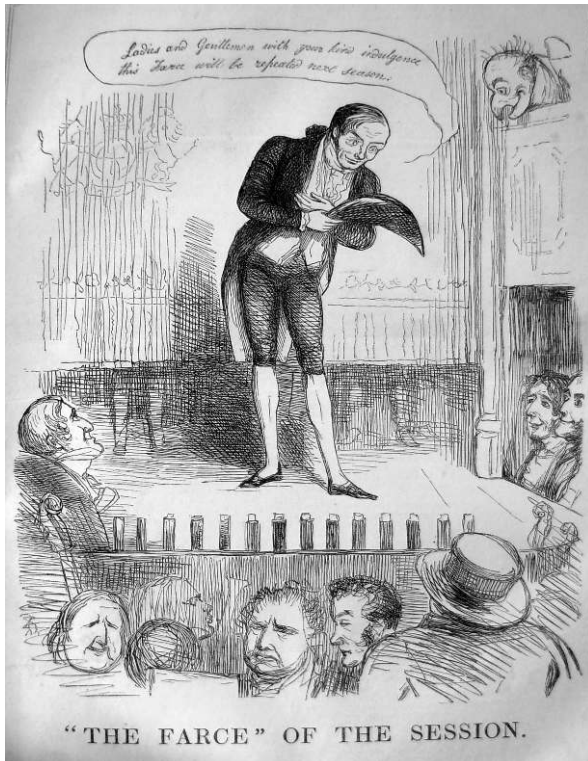


Fig. 7 : John Leech, "The Farce" of the Session, gravure sur bois, *The Punch*, 1848.

© CC-BY.

Une pédagogie des émotions

- 23 Les journaux européens nés des régimes plus ou moins provisoires de liberté de la presse instaurés en Europe autour de 1848 se développent dans des contextes sociopolitiques fortement différenciés ; ils présentent des aspects assez variables dans leurs styles éditoriaux et artistiques. Pourtant, en règle générale, ces journaux réinterprètent et mélangent les expériences satiriques françaises et anglaises en un flux vertigineux d'images volées, copiées, réinventées et réadaptées à leur propre

contexte⁵⁰. Il s'agit d'un crucial processus d'apprentissage du langage de la figuration satirique, qui aboutit à l'élaboration d'un « nouveau style international⁵¹ » dans le domaine de la caricature de presse. Dans ce contexte, le procédé de la personnification des journaux joue un rôle important. On peut identifier deux tendances dans son utilisation, en se basant notamment sur l'exemple de la presse satirique italienne⁵².

- 24 La première tendance concerne la construction d'une narration dont le protagoniste est le journal lui-même. Ce métadiscours satirique est utilisé notamment comme une réponse puissante à la censure et aux mesures du pouvoir contre la liberté de la presse. C'est le cas par exemple dans *Il Don Pirlone*, le plus important journal satirique libéral imprimé à Rome pendant le Risorgimento. Publié à partir de septembre 1848, ce journal devint bientôt l'un des plus formidables adversaires du gouvernement de Pellegrino Rossi et du pape Pie IX, s'attirant ainsi les coups de ciseaux de la censure⁵³. Dans une vignette intitulée *Una conversazione simpatica*, Don Pirlone est protagoniste d'une conversation peu « sympathique » avec le censeur ecclésiastique : dos à dos avec son ennemi, Don Pirlone souffle, cherchant à établir par le regard une relation directe avec le lecteur⁵⁴. Cette tendance suit l'utilisation de la personnification comme marqueur d'identité politique inaugurée par *La Caricature* : le journal se représente en action pour manifester son positionnement par rapport aux événements de l'actualité. On peut également insérer dans cette lignée le journal *Arlecchino* de Naples, qui part à cheval vers la Lombardie pour y combattre aux côtés des patriotes lors de la première guerre d'indépendance italienne, avec son chapeau à la Hernani⁵⁵. En 1854, *La Maga*, journal radical génois proche des idées de Giuseppe Mazzini, révolutionnaire et fervent républicain combattant pour l'unité nationale, est personnifié par une magicienne. Celle-ci montre très clairement son opinion sur la question de la Crimée, lorsqu'elle jette un sortilège qui fait exploser Sébastopol, terrassant aussi bien les assaillants que les assiégés (fig. 8).



Fig. 8 : Anonyme, *Come dovrebbe finire la guerra d'Oriente secondo la Maga per riuscire di universale soddisfazione*, lithographie, *La Maga*, 9 novembre 1854.

Source : Gênes, Biblioteca Istituto Mazziniano © CC-BY.

25 La deuxième tendance est celle d'une médiation plus explicite à l'intention du public : l'emploi de la personnification affecte notamment les modalités de lecture des images, car elle caractérise à la fois la posture du journal, qui se présente comme un observateur, et celle des spectateurs. Il s'agit de l'une des fonctions primaires de la personnification du journal, développée, comme on l'a vu, par *Punch* ; elle est très utilisée dans la presse satirique du Risorgimento. Pourtant, si la fonction d'observateur avait dans *Punch* une valeur comico-humoristique et de renforcement de sa narration tout entière à travers l'identification du personnage-journal au public, dans les journaux satiriques italiens, elle recouvre une portée plus pédagogique. En positionnant son regard et sa propre figure sur la page, le journal oriente le lecteur à l'intérieur des vignettes. Cela vaut tout particulièrement pour les publications plus nettement « populaires ». Cassandrino, par exemple, est un personnage issu du théâtre romain de marionnettes. Il est un bourgeois aisé, qui « a l'usage du monde et une entente parfaite des hommes et des choses⁵⁶ ». En 1848, ce personnage fut adopté par un important journal satirique réactionnaire imprimé à Rome : *Cassandrino*. En 1849, il devint le protagoniste du plus important livre illustré réactionnaire du Risorgimento : la *Grande Riunione*⁵⁷. Dans cette œuvre, probablement rédigée par les mêmes auteurs, anonymes, que le journal *Cassandrino*, dont elle imite le langage, Cassandrino incarne les positions des réactionnaires romains à la suite du retour du pape Pie IX à Rome, après les révolutions de 1848-1849. Dans une des planches lithographiques, on le trouve en effet caché derrière une porte, regardant avec colère la destruction des palais nobiliaires opérée par les patriotes italiens pendant la République romaine de 1849 (fig. 9). Dans une position comparable, on retrouve la Maga perchée sur un nuage, à la manière des personnages sacrés dans les images dévotionnelles. Ici, elle ne se contente pas d'observer, mais joint ses mains en signe de désespoir à la vue du pape Pie IX qui, habillé en clown⁵⁸, boit du sang humain à partir d'un crâne, assis sur des cadavres de patriotes amoncelés, en compagnie de la comtesse Teresa Spaur, qui favorisa son évasion de Rome en 1848 (fig. 10). La personnification travaille ainsi à construire un contact direct avec le spectateur, tout en invoquant sa « présence » et sa participation émotionnelle aux événements. De cette manière, la réaction du personnage indique le registre d'émotion, souvent très pathétique, que l'on souhaite susciter chez le lecteur ; elle fournit une clé interprétative à la scène représentée.

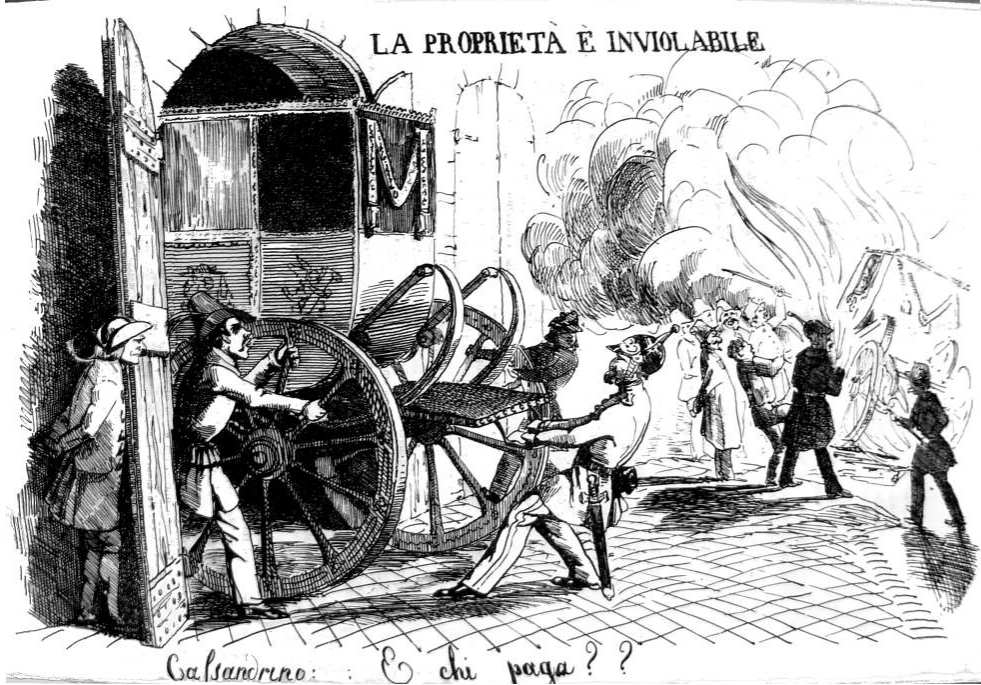


Fig. 9 : Anonyme, *La proprietà è inviolabile*. Cassandrino : *E chi paga ??*, lithographie, dans *Grande Riunione tenuta nella sala dell'ex Circolo popolare in Roma*, Rome, Tipografia Paterno, 1849, p. 135.

© CC-BY.



Fig. 10 : Anonyme, [sans titre], lithographie, *La Maga*, 21 octobre 1852.

Source : Gênes, Biblioteca Istituto Mazziniano © CC-BY.

- 26 Pour conclure, le recours à la personnification du journal joua un rôle important dans l'affirmation du paradigme théâtral au sein de la figuration satirique européenne. Son rôle fut pourtant ambivalent : point central de la fabrication du discours satirique, elle devint bientôt une sorte de médiatrice entre les lecteurs et les événements politiques,

et fut ainsi employée par les rédacteurs des journaux pour orienter le public dans sa lecture, tout en construisant de véritables « postures » de réception.

NOTES

1. Johan Huizinga, *Homo ludens*, Turin, Einaudi, 1946, p. 173.
2. Ernst H. Gombrich, « Personnification », dans R. R. Bolgar (dir.), *Classical Influences on European Culture, A.D. 500-1500*, Cambridge/Londres, Cambridge University Press, 1971, p. 247-257, ici p. 248.
3. Pour une analyse du « discours » du journal au XIX^e siècle, voir Dominique Kalifa, Philippe Régnier et al. (dir.), *La Civilisation du journal. Histoire politique et matérielle de la presse française au XIX^e siècle*, Paris, Nouveau Monde éditions (« Opus Magnum »), 2011. Pour le métadiscours du journal, voir notamment Guillaume Pinson, « L'imaginaire médiatique. Réflexions sur les représentations du journalisme au XIX^e siècle », *CONTEXTES*, 11 : *Le littéraire en régime journalistique*, 2012, [en ligne] URL : contextes.revues.org/5306 : « il n'est pas de culture médiatique sans mise en scène de la culture médiatique, pas de journal sans représentation du journal, et surtout pas de journalistes sans métadiscours des journalistes ».
4. Jean Starobinski, *Portrait de l'artiste en saltimbanque*, Genève, Skira, 1970, p. 9. Dans la perspective de Starobinski, « la littérature exerce ici une fonction d'éveil, elle crée un climat de sensibilité ». En parlant de la littérature entre 1830 et 1870, Starobinski ne prend pourtant pas en considération le rôle de la presse illustrée dans la construction de cet imaginaire.
5. Voir l'article fondamental de Fabrice Erre : « L'invention de l'écriture satirique périodique », *Orages. Littérature et culture (1760-1830)*, 7 : Marie-Ève Thérenty (dir.), *Poétiques journalistiques*, 2008, p. 103-118, en particulier p. 107.
6. Michael Fried, *La Place du spectateur. Esthétique et origines de la peinture moderne [Absorption and Theatricality: Painting and Beholder in the Age of Diderot]*, Berkeley/Los Angeles/Londres, University of California Press, 1980], Paris, Gallimard, 1990.
7. David Kunzle, *The History of the Comic Strip, II : The Nineteenth Century*, Berkeley/Los Angeles/Londres, University of California Press, 1990, p. 6-7.
8. *Ibid.*, p. 215
9. Antoine de Baecque, *Les Éclats du rire. La culture des rieurs au XVIII^e siècle*, Paris, Calmann-Lévy, 2000.
10. Sur la presse française pendant la Révolution, voir aussi Jeremy D. Popkins, « Journals: The New Face of News », dans Robert Darnton et Daniel Roche (dir.), *Revolution in Print: The Press in France, 1775-1800*, Berkeley, University of California Press, 1989, p. 141-164.
11. Antoine de Baecque, *La Caricature révolutionnaire*, Paris, Presses du CNRS, 1988, p. 46.
12. Baecque 2000, cité n. 9, p. 98.
13. Dans cette lignée, il faut aussi mentionner le rôle des « génies de la caricature » apportant de nouvelles caricatures, tels qu'on les trouve dans l'estampe de Thomas Rowlandson, *Tail Piece to Volume Three: The Genii of Caricature Bringing in Fresh Supplies*, vers 1809, eau-forte colorisée, Londres, British Museum.
14. Karen Domenici, « James Gillray: An English Source for David's *Les Sabines* », *The Art Bulletin*, 65/3, septembre 1983, p. 493-495.
15. Un autre exemple de duel journalistique se trouve dans une vignette de Daumier représentant *Le Charivari* se battant avec l'« Hercule des Champs-Élysées », c'est-à-dire Léonard

Faucher, rédacteur en chef du *Courrier français*. Voir Loÿs Delteil, *Le Peintre-graveur illustré*, Paris, s. n., 1906-1930, 31 vol., XXV : *Honoré Daumier* (1925), n° 2102.

16. Par exemple : Bertall, « Pétition du *Journal Pour Rire* », *Le Journal pour rire*, 18 juillet 1851, gravure sur bois. Ce motif continue une histoire iconographique inaugurée probablement pendant la Révolution française avec l'emploi des assignats révolutionnaires dans les estampes satiriques. À ce propos, voir Richard Taws, *The Politics of the Provisional: Art and Ephemera in Revolutionary France*, Philadelphie, The Pennsylvania University Press, 2013, notamment le premier chapitre.

17. Voir « Explication de la Caricature », *Le Nain jaune*, n° 334, 15 décembre 1814, p. XXIV.

18. *Ibid.*, p. XXII.

19. Jean-Guillaume-Antoine Cuvelier et André Jacques Coffin-Rony, *Le Nain jaune ou la Fée du désert. Mélodrame féérique, en trois actes et en prose, à grand spectacle, mêlé de pantomime, danses, combats, tournois d'amazônes, transformations, changemens à vue, etc., etc.*, Paris, Chez Fages, 1804.

20. Fabrice Erre, « Des Actes des Apôtres à *La Caricature*, les premiers pas de la presse satirique illustrée en France (1789-1835) », communication prononcée à la journée d'études « Décrypter la presse satirique », Paris, Bibliothèque nationale de France, 25 novembre 2011, [en ligne] URL : www.eiris.eu.

21. James Cuno, « Charles Philipon, La Maison Aubert, and the Business of Caricature in Paris, 1829-1841 », *Art Journal*, 43, 1983, p. 347-354. Sur la nouvelle configuration de la presse pendant la monarchie de juillet, voir Alain Vaillant et Marie-Ève Thérenty, 1836. *L'An I de l'ère médiatique*, Paris, Nouveau Monde Éditions, 2001.

22. *La Caricature*, 4 novembre 1830.

23. Sur l'histoire et le mythe du bouffon, voir Enid Welsford, *The Fool: His Social and Literary History*, Londres, Faber and Faber, 1935.

24. Charlet et A. Desperet, « À ton nez d'Arg... ! à ton œil, Bartholo ! à vous tous, ventrus !! », *La Caricature*, 28 mars 1833. Sur cette image et ses rapports avec *Le Nain jaune*, voir Fabrice Erre, « Le "fou" du journal *La Caricature* contre les tenants du "Juste-milieu" », *Caricatures&Caricature*, 3 février 2010, [en ligne] URL : www.caricaturesetcaricature.com/article-le-fou-du-charivari-contre-le-juste-milieu-44106032.html.

25. Ségolène Le Men, « Gravures, caricatures et images cachées. La genèse du signe du roi en Poire », *Genesis*, 24 : *Formes*, 2004, p. 42-69.

26. Jürgen Döring, Gerhard Langemeyer et Monika Schulte-Arndt (dir.), *Bild als Waffe: Mittel und Motive der Karikatur in fünf Jahrhunderten München*, Munich, Prestel Verlag, 1984.

27. Champfleury, *Histoire de la caricature moderne*, Paris, Dentu, 1865, p. 274.

28. David Kerr, *Caricature and French Political Culture, 1830-1848: Charles Philipon and the Illustrated Press*, Oxford/New York, Oxford University Press, 2000, p. 19-64.

29. Sur les rapports de Grandville avec la tradition emblématique, voir Philippe Kaenel, « Allégories, rébus, hiéroglyphes. J.-J. Grandville et les "images ingénieuses" », dans Martin Heusser (dir.), *Word and Image Interactions*, actes de colloque (Zurich, 1990), Bâle, Wiese, 1993, p. 109-124.

30. Anonyme, *Le Français d'aujourd'hui. La mort aux rats*, 1790, eau-forte coloriée, Paris, Bibliothèque nationale de France.

31. Il en existe une reprise italienne, où le bouffon, représentant le journal turinois *Il Fischietto*, agit aux côtés de Francesco Redenti, qui dessine une caricature sur le dos de Cavour, Premier ministre du Royaume de Sardaigne. Voir Francesco Redenti, « Avrete salvato almeno il mio caricaturista dall'imposta sugli artisti, vi ha fatto gratis tanti ritratti », *Il Fischietto*, 28 avril 1853.

32. Voir « Le Grrrrrand et spirituel prince Rosolin visité par les esprits follets dans le château de Mullinkhausen », *La Caricature*, 16 juillet 1835. Voir aussi Honoré Daumier, « Les désabonnements et *La Caricature* font le Cauchemar du pauvre *Constitutionnel* », *Le Charivari*, 26 janvier 1834.

33. Voir A. Bouquet, « Ecce Homo ! », *La Caricature*, 17 janvier 1833.

34. Charles Baudelaire, « Quelques caricaturistes français », dans *id.*, *Œuvres complètes*, II : *Curiosités esthétiques*, Paris, Michel Lévy frères, 1868, p. 389-419, ici p. 407.
35. C'est le cas de l'image représentant la personnification du *Charivari*, qui tire ses flèches-crayons vers *Le Constitutionnel*, nouveau saint Sébastien. Voir Honoré Daumier, « Le Nouveau S. Sébastien. Vierge et martyr », *Le Charivari*, 25 décembre 1849. Cette image est évidemment un hommage aux premières personnifications de *La Caricature*.
36. Ces images, qui mériteraient une analyse approfondie, s'apparentent à celles des saltimbanques que Daumier réalisait à la même époque au crayon, à l'aquarelle et à la peinture. Elles ont souvent été interprétées comme des autoportraits symboliques de l'artiste. Voir notamment Judith Wechsler, *A Human Comedy: Physiognomy and Caricature in 19th-Century Paris*, Londres, Thames & Hudson, 1982, p. 170-180. Voir aussi Paula Hays Harper, *Daumier's Clowns. Les Saltimbanques et les Parades: New Biographical and Political Functions for a Nineteenth-Century Myth*, New York, Garland, 1981.
37. Le recours au personnage de Mr. Punch est pourtant nettement plus marqué pendant le « long » XIX^e siècle.
38. Patrick Leary, *The Punch Brotherhood: Table Talk and Print Culture in Mid-Victorian London*, Londres, The British Library, 2010.
39. Robert Altick, *Punch: The Lively Youth of a British Institution*, Columbus, Ohio State University Press, 1997, p. 10.
40. Le texte de Thackeray est cité dans *ibid.*, p. 55.
41. John Leech, « Hamlet in the London churchyard », *Punch*, 1849, gravure sur bois.
42. John Leech, « The head pacificator of Europe! », *Punch*, 1844.
43. « Welcome to Kossuth », *Punch*, 1851.
44. « A change for India », *Punch*, 1849.
45. Altick 1997, cité n. 39.
46. John Leech (?), « The admiral (Napier) Mast-Headed », *Punch*, 1850. Le *Times* avait publié une lettre de protestation de Napier contre Lord John Russell. Voir aussi le dialogue fictionnel entre Russell et Napier : « Naval Intelligence (From Punch's own Correspondent) », *Punch*, 1850, p. 154.
47. Richard Doyle, « Punch's dream of peace », *The Punch*, 1844. L'idée des rêves du journal a été reprise dans la presse allemande, voir Wilhelm Schulz, « Der Traum des Kladderadatsch von einem octroyirten Preßgesetz », *Kladderadatsch*, 3 mars 1850.
48. John Leech, « The ministerial crisis », *Punch*, 1846. L'idée du journal comme lanterniste a été reprise dans plusieurs journaux italiens. Voir P. Mattei, « Arlecchino - Ecco la grande armata Francese che passa le Alpi a sinistra, a destra l'armata tedesca che scappa ed in lontananza il mare con la flotta Inglese che non si vede tanto chiaramente », *L'Arlecchino*, 17 août 1848.
49. Helen Weston, « The Light of Wisdom: Magic Lanternists as Truth-Tellers in Post-Revolutionary France », dans Todd Porterfield (dir.), *The Efflorescence of Caricature, 1759-1838*, Londres, Ashgate, 2011, p. 79-93.
50. Maurice Agulhon et Ségolène Le Men, *Les Révolutions de 1848. L'Europe des images*, Paris, Assemblée nationale, 1998. Voir aussi Hubertus Fischer et Florian Vaßen (dir.), *Europäische Karikaturen im Vor- und Nachmärz*, Bielefeld, Aisthesis Verlag (« Forum Vormärz Forschung », 11), 2006.
51. Philippe Kaenel, *Le Métier d'illustrateur. Rodolphe Töpffer, J.J. Grandville, Gustave Doré*, Genève, Droz, 1996, p. 80.
52. Pour une analyse des fonctions des personnifications dans la presse satirique italienne, voir Sandro Morachioli, « Il Volto del giornale. Usi e funzioni della personificazione nella caricatura del Risorgimento », *Mélanges de l'École Française de Rome*, 130/1, 2018, p. 55-69.
53. Après la fuite à Gaeta du pape Pie IX, *Il Don Pirlone* adhère à la République romaine. Le personnage de Don Pirlone est probablement inspiré par le protagoniste d'une comédie de Girolamo Gigli (*Il Don Pilone, ovvero il bacchettone falso*, 1711). Diverses reprises du nom de Don

Pirlone dans la presse satirique de la deuxième moitié du XIX^e siècle témoignent de sa place fondamentale dans l'histoire de la caricature italienne.

54. « Una conversazione simpatica », *Il Don Pirlone*, 6 novembre 1848. Pour les rapports des personnifications avec la censure, il faut signaler le cas d'un défilé de journaux allemands, parmi lesquels figure le fameux *Kladderadatsch*, qui se font littéralement mesurer par le censeur. Voir W. Schulz, « Neuste Massnahmen. Wie die Berliner Zeitungen einem angemessenen Zoll unterworfen werden », *Kladderadatsch*, 20 juin 1852. Sur ce journal, voir Jean-Claude Gardes, « La revue satirique *Kladderadatsch* (1848-1944). Reflet d'un siècle d'histoire allemande », *Cahiers Daumier*, 5 : *La presse satirique illustrée au XIX^e siècle*, automne 2011.

55. Voir P. Mattei, « Non mi trattenete Partenopei, la Lombardia mi aspetta », *L'Arlecchino*, avril 1848, lithographie.

56. Frédéric Mercey, « Le Théâtre en Italie. II. Les Théâtres Romains – Meo Patacca et Cassandrino », *Revue des deux mondes*, II, 1840, p. 169-197, ici p. 181.

57. *Grande Riunione tenuta nella sala dell'ex Circolo popolare in Roma*, Rome, Tipografia Paterno, 1849.

58. La transformation du pape en clown montre clairement la valeur polysémique de l'image du saltimbanque. Voir aussi le cas déjà cité de Louis-Philippe.

INDEX

Index géographique : Europe, France, Italie, Royaume-Uni

Thèmes : portrait, journal, presse, allégorie, personnification, caricature, satire, politique

Index chronologique : XIX^e siècle

Mots-clés : portrait, journal, allégorie, caricature, satire, personnification, politique, presse

AUTEUR

SANDRO MORACHIOLI

Università Federico II, Naples