

Femmes chefs de partis politiques et caricatures éditoriales : l'élection fédérale canadienne de 1993

Manon Tremblay and Nathalie Bélanger

Volume 10, Number 1, 1997

D'actualité

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/057910ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/057910ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Revue Recherches féministes

ISSN

0838-4479 (print)

1705-9240 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Tremblay, M. & Bélanger, N. (1997). Femmes chefs de partis politiques et caricatures éditoriales : l'élection fédérale canadienne de 1993. *Recherches féministes*, 10(1), 35–75. <https://doi.org/10.7202/057910ar>

Article abstract

This article proposes an analysis of editorial cartoons representing Kim Campbell and Audrey McLaughlin. The study primarily argues that the leaders of the Progressive Conservative Party and the New Democratic Party of Canada in the 1993 federal election were depicted in a stereotypical manner (ie., judged as members of the private realm, according to private values and norms) in editorial cartoons, even though these women were in the forefront of the political scene. To assess this hypothesis, the authors have analyzed editorial cartoons published in nineteen Québécois, French-Canadian and English-Canadian daily newspapers during the 1993 federal election campaign. The body of work for content analysis contains 238 editorial cartoons. The main conclusion of this study maintains that Kim Campbell and Audrey McLaughlin were not stereotyped according to private realm values in editorial cartoons of the daily written press. The article further insists upon a few essential nuances to better grasp the validity of these results.

Femmes chefs de partis politiques et caricatures éditoriales: l'élection fédérale canadienne de 1993¹

Manon Tremblay et Nathalie Bélanger

À l'instar des autres démocraties du monde occidental, la vie politique canadienne a été marquée par au moins deux transformations d'importance au cours des dernières décennies, soit l'augmentation du nombre de femmes élues à la Chambre des communes et une influence croissante des médias sur la vie politique. Indépendamment l'un de l'autre, ces phénomènes ont donné lieu à de nombreux écrits. Ainsi, il existe maintenant plusieurs études portant sur différents aspects des rapports des femmes à la vie politique au Canada: leur participation à la dynamique des partis (Bashevkin 1993; Gingras, Maillé et Tardy 1989), les obstacles à l'élection (Brodie 1985 et 1991; Tremblay et Pelletier 1995), l'existence d'un *gender gap* dans les opinions (Brodie 1991; Gidengil 1996; Tremblay 1993 et 1995; Wearing et Wearing 1991), pour ne nommer que ces aspects. De la même manière, de nombreuses études se sont intéressées aux rapports entre les médias et la vie politique au Canada, par exemple en examinant les effets des médias sur les choix et les pratiques politiques (Charron 1994; Gingras 1996; Mendelsohn 1994; Taras 1990), le rôle des médias en période électorale (Charron 1991; Fletcher et Everett 1991) ou, de façon plus précise, le rôle et la dynamique des débats télévisés entre les chefs politiques (Bernier et Monière 1991; Blais et Boyer 1995; Monière 1992; Monière et Guay 1994). Pourtant, au contraire des États-Unis où bon nombre d'analyses ont été faites sur les rapports entre les femmes politiques et les médias (parmi les plus récentes, notons Kahn 1991, 1992 et 1994; Kahn et Goldenberg 1991; Norris 1997a; Trent et Sabourin 1993), au Canada une poignée d'études seulement ont intégré les deux préoccupations dans une même réflexion. En conséquence, nous en connaissons relativement peu, aujourd'hui, sur le traitement médiatique des femmes politiques canadiennes.

Pourtant, les résultats des quelques recherches canadiennes permettent néanmoins de dégager un constat dominant: les médias représentent les

1. Une version provisoire du présent article a fait l'objet d'une communication par affiches au colloque «La recherche féministe dans la francophonie: état de la situation et pistes de collaboration», qui s'est tenu à l'Université Laval (Sainte-Foy) en septembre 1996. Notre recherche a été rendue possible grâce à une subvention de la Faculté des sciences sociales de l'Université d'Ottawa. Nous tenons à remercier Anne-Marie Gingras (Université Laval) et François-Pierre Gingras (Université d'Ottawa) qui ont lu et commenté la version provisoire du texte, ainsi que les évaluatrices anonymes de la revue.

femmes politiques selon des stéréotypes sexistes, constat qui trouve écho dans les témoignages de politiciennes canadiennes (Campbell 1996; McLaughlin 1992; Sharpe 1994). Cela est d'autant plus troublant que, depuis plus d'une dizaine d'années, certains diffuseurs (comme Radio-Canada) et des associations professionnelles (telle l'Association canadienne des radiodiffuseurs) se sont dotés de normes afin d'assurer un traitement équitable des femmes et des hommes à la radio et à la télévision (voir, par exemple, CRTC 1990). Pourtant, le sexisme perdure même dans la programmation de la Société Radio-Canada (Saint-Jean 1996), un organisme qui fait rapport au gouvernement fédéral, celui-là même qui s'enorgueillit de ce que le principe de l'égalité des sexes soit inscrit dans la loi fondamentale du pays.

Une des premières recherches canadiennes à analyser les rapports entre les politiciennes et les médias est celle d'Archibald *et al.* (1980). Ces auteures ont mis en évidence de nombreux préjugés sexistes dans le traitement journalistique des candidates aux élections tenues dans les 24 grandes municipalités du Canada entre 1950 et 1975. L'étude de Gingras (1995), effectuée quinze années plus tard, tire essentiellement les mêmes conclusions: les quotidiens de la région de l'Outaouais font preuve de discrimination à l'égard des femmes politiques, non seulement parce qu'elles y sont moins présentes que les hommes (ce qui, à la limite, pourrait se justifier par leur nombre plus restreint en politique), mais parce que plus souvent qu'eux elles font l'objet d'une présentation négative. Sans avoir examiné de façon précise et systématique la question, Tremblay et Pelletier (1995: 53) ont recueilli plusieurs témoignages de députées et députés du Québec selon qui les médias traitaient les politiciennes de façon sexiste. Mentionnons enfin les réflexions de Robinson et Saint-Jean (1991 et 1995), où les chercheuses considèrent que les médias agissent envers les femmes et les hommes politiques de façon différente: l'angle de traitement et les critères d'évaluation varient selon le sexe. À titre d'exemple, l'apparence physique des femmes politiques est plus importante qu'elle ne l'est pour les hommes, aspect aussi relevé par Tremblay et Pelletier (1995: 119-122).

Devant le peu d'études canadiennes sur le sujet, le présent article se propose de mieux comprendre la représentation des femmes politiques dans les médias, cette fois non à travers les mots mais les images. Il s'agit là d'un aspect original de la recherche sur les femmes et la politique au Canada, et ce, principalement parce que les quelques études canadiennes sur le traitement médiatique des femmes politiques se sont surtout intéressées au contenu écrit des journaux (notamment Archibald *et al.* 1980; Gingras 1995), alors que notre étude privilégie l'image et, plus précisément, la caricature éditoriale. Il faut dire qu'une étude réalisée par Morris (1989) a tenu compte du traitement des femmes dans les caricatures, mais sans faire du sexe la préoccupation centrale de l'analyse. Au contraire, le présent article non seulement se concentre sur le sexe comme variable explicative (ce qui ne doit pas être interprété comme une négation de l'importance d'autres variables sociologiques dans l'étude des rapports entre les politiciennes et les médias), mais il adopte une approche féministe pour analyser et interpréter la représentation des politiciennes dans les caricatures éditoriales. En outre, notre recherche se limite à celles qui se trouvent au sommet de la hiérarchie du pouvoir, soit les femmes chefs de partis politiques d'importance sur la scène fédérale. Au Canada, ces femmes politiques se comptent sur les doigts d'une seule main: Audrey McLaughlin a été la

première femme chef d'un parti politique fédéral d'importance, le Nouveau Parti démocratique (NPD) du Canada, de 1990 à 1995, alors qu'elle a été remplacée par Alexa McDonough; Kim Campbell a été chef du Parti progressiste-conservateur (PPC) du Canada de juin à décembre 1993. Nous comparerons le traitement médiatique de cette catégorie très particulière de femmes politiques avec celle de leurs vis-à-vis masculins. L'analyse permettra de mettre au jour la portée relativement restreinte de la variable du sexe pour comprendre la représentation des femmes leaders politiques au Canada dans les médias, du moins dans le cadre d'une démarche qui fait le choix d'une méthodologie quantitative.

La caricature vue dans ses dimensions politiques

Au-delà de sa dimension artistique et imaginaire, à plusieurs égards la caricature revêt des dimensions politiques. La caricature politique², celle qui nous intéresse ici, cherche à dépeindre la vie politique, le plus souvent en privilégiant la satire. De cette façon, les caricaturistes se posent comme un maillon de la relation entre les élites politiques et la population, suggérant à celle-ci un jugement critique sur le système politique, la légitimité de ses actrices et de ses acteurs, ainsi que leurs décisions, pour ne mentionner que ces éléments (voir à ce sujet Morris 1989: 30-59). Qui plus est, en proposant un jugement sur les événements liés à la gouverne de la chose publique, la caricature politique cherche aussi à influencer sur les opinions d'autrui, voire à prédisposer les gens à l'action (Press 1981: 13). La caricature revêt également des dimensions politiques, quoique moins connues, lorsqu'elle illustre des rapports porteurs d'inégalités sociales, que ce soit sur le chapitre des classes sociales, entre les groupes ethniques, entre les femmes et les hommes ou entre d'autres catégories sociales. Au moyen du stéréotype, présenté comme stratégie pour simplifier une réalité sociale complexe et la rendre familière au lectorat, la caricature banalise et dissimule des rapports de force, c'est-à-dire des rapports de nature politique. L'un de ces stéréotypes consiste à associer les femmes politiques à l'espace privé.

Le stéréotype s'inscrit dans une démarche journalistique plus vaste, celle de déterminer l'angle (ou le cadre) de traitement de l'événement³. Pour Entman (1993: 52), adopter un cadre, c'est choisir certains aspects d'une réalité perçue et les mettre en relief dans un texte, de façon à privilégier une manière particulière de présenter un problème, une interprétation causale, une évaluation morale ou une recommandation de traitement en ce qui concerne la question abordée⁴. Déterminer un angle de traitement implique de construire une réalité

2. Dunn (1968: 155-158) distingue trois types de caricatures, établis en fonction de l'intention de l'artiste: la caricature comique, qui a pour but de faire rire, la caricature sociale, qui suggère un commentaire sur la vie de tous les jours, puis la caricature politique, espèce de sous-catégorie de la caricature sociale, qui consiste en un commentaire journalistique sur la vie politique. Ces catégories ne sont pas mutuellement exclusives. Les expressions «caricatures politiques» et «caricatures éditoriales» seront ici employées comme synonymes.
3. Dans le jargon journalistique, ce procédé est celui du *framing*.
4. Traduction libre de: «To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a

et, pour cela, de la simplifier en sélectionnant certaines de ses composantes et en mettant l'accent sur celles-ci. Un angle de traitement est situé dans l'espace et dans le temps; il s'insère dans la culture politique d'une communauté et se transforme sous la pression des événements. Par exemple, si dans les années 60 et 70 le mouvement féministe était traité sous l'angle de la «guerre des sexes», il est maintenant appréhendé sous celui de la famille, du travail et des droits sociaux (Costain, Braunstein et Berggren 1997; Kahn et Goldenberg 1991).

Le stéréotype reste intimement lié à l'angle de traitement: le premier constitue le contenu, l'autre le contenant. Comme synthèse d'un ensemble de croyances et d'attentes, le stéréotype permet d'évaluer une personne sur la base de caractéristiques jugées communes à sa catégorie sociale d'appartenance, et ce, malgré ses capacités et ses expériences propres. Par exemple, un stéréotype veut qu'en raison de leurs rôles dans la vie familiale les femmes soient plus sensibles que les hommes aux besoins humains. En politique, elles s'intéresseraient davantage qu'eux aux questions sociales, elles se préoccuperaient plus des retombées de leurs décisions sur la qualité de vie des personnes, elles adopteraient un style de gestion politique orienté vers le consensus, etc. De nombreuses études américaines (voir, entre autres, Huddy et Terkildsen 1993a; Kahn 1993 et 1994; Leeper 1991; Matland 1994; Wadsworth *et al.* 1987) ont montré la portée politique d'une telle compréhension des femmes, l'électorat s'en inspirant pour évaluer les candidatures au moment de faire un choix électoral, particulièrement dans un contexte où il dispose de peu d'information sur les candidates et les candidats (Huddy 1994; McDermott 1997). Concrètement, cela peut signifier que l'électorat ne votera pas pour une femme qui sollicite un mandat électif au niveau national (où se transigent les dossiers des relations extérieures, de la défense, etc.) s'il considère que la «personne» compétente pour occuper ce poste doit disposer de certaines caractéristiques qui, loin d'être neutres, correspondent en fait plus souvent à l'identité masculine qu'à l'identité féminine (Huddy et Terkildsen 1993b). Bien plus, la seule conviction qu'il y aurait de la discrimination envers les femmes en politique inspirée de stéréotypes sexistes pourrait expliquer que des aspirantes candidates britanniques ne posent pas leur candidature aux assemblées d'investiture (Norris et Lovenduski 1995: 15) ou que de hautes fonctionnaires américaines quittent un emploi prometteur sans demander leur dû (Naff 1995). S'intéressant à 122 candidatures de femmes et d'hommes aux élections de 1992 et de 1994 en Californie, Fox (1997: 138-141) montre que les candidates sont plus susceptibles que les candidats de soutenir faire l'objet d'un traitement sexiste de la part des médias.

Pourtant, une nuance s'impose: le stéréotype ne constitue pas obligatoirement une épine dans le pied des candidates. Ainsi, Kahn (1994) a montré que si l'électorat évalue les candidatures en fonction de stéréotypes sexuels, certains traits associés à l'identité féminine – notamment l'honnêteté – peuvent favoriser l'élection de femmes en politique. Dans cette ère de cynisme à l'égard des institutions démocratiques, les candidates disposent peut-être là d'un atout important pour accéder à la gouverne politique.

particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described.»

La notion de privatisation (*privatization*) offre une voie pour comprendre le stéréotype qui consiste à associer les femmes à la vie privée – même lorsqu'elles évoluent à l'avant-scène de la vie publique, sans y voir là une quelconque contradiction. Élaborée par Sapiro (1984), cette notion traduit le fait de définir ou d'interpréter les actions des femmes d'après leurs rôles dans la sphère privée, même lorsqu'elles sont engagées dans la sphère publique. Cette notion rend compte de l'omniprésence dans la vie des femmes des valeurs, des intérêts et des rôles associés à la vie privée: «Même quand les femmes prennent part à la vie publique, par exemple sur le marché du travail et en politique, leurs actions et leurs préoccupations sont jugées à la lumière des rôles féminins dans la sphère privée⁵» (p. 73). Ainsi, bien qu'elles soient visibles sur la scène politique, les femmes y sont en tant qu'êtres du privé; leurs valeurs et leurs activités politiques sont interprétées comme des fonctions de leurs rôles privés. Par exemple, alors qu'autrefois le fait de reconnaître le droit de vote aux femmes était vu comme une façon d'«assainir» la pratique politique (voir, entre autres, Lamoureux 1989), aujourd'hui on reconnaît aux femmes politiques une gestion plus «humaine» des choses de la cité⁶.

La vision des femmes comme des êtres du privé repose essentiellement sur les modèles associés à la féminité et aux rôles traditionnels des femmes dans la famille, soit ceux d'épouse, de mère et de ménagère, certes, mais aussi d'objet sexuel. En fait, la privatisation des femmes rejoint la trilogie bien connue de la Femme, de la Mère et de la Prostituée. Associées à la reproduction de la vie, les femmes sont les premières responsables de l'entretien physique (qui implique des activités liées aux travaux ménagers, à la cuisine, aux soins des enfants, etc.) et psychologique (comme la stabilisation de la personnalité adulte dans des rapports de nature affective et sexuelle, la socialisation primaire des jeunes enfants par la transmission de valeurs, de normes, etc.) des personnes autour d'elles⁷. Ces modèles sont accompagnés de certaines valeurs également

-
5. Traduction libre de: «Even where women are involved in public life, as in the workforce and politics, their activities and concerns are expected to be imbued with the private significance of being a woman.»
 6. Pour l'étranger, voir, entre autres, Dodson et Carroll (1991); Gilligan (1982); Norris (1996); au Canada, voir Tremblay et Garneau (1997); Tremblay et Pelletier (1995).
 7. Cette vision des femmes peut sembler ne plus correspondre à leurs rôles sociaux actuels et à la nature des rapports qu'elles entretiennent avec les hommes, alors que les femmes participent massivement au marché du travail et à la vie politique (du moins en tant qu'électrices). Certes, les rôles des femmes se sont modifiés au cours des dernières années, sous l'effet de forces sociales (par exemple, la nécessité du travail des femmes à l'extérieur du foyer pour maintenir le niveau de vie de la famille), sans compter que les hommes participent un peu plus à la vie domestique. Pourtant, des chiffres récents montrent que les femmes demeurent les premières responsables des enfants et des travaux domestiques et que la participation des hommes à ces activités s'avère largement symbolique. Ainsi, dans une enquête effectuée par Statistique Canada auprès d'un échantillon de 12 500 ménages canadiens en 1986, il ressort que le taux de participation (soit le pourcentage de la population qui déclare participer à l'activité) des Canadiennes aux travaux ménagers était de 85 % par comparaison avec 52 % pour les hommes. En ce qui concerne les soins aux enfants, les femmes y participaient dans une proportion de 67 % en regard de 36 % pour les hommes (STATISTIQUE CANADA 1991).

associées à la féminité, notamment l'affection et la tendresse, voire la sensualité, la compréhension et la capacité de consensus, le dévouement et la sensibilité aux besoins des autres, l'effacement, la compassion, la gentillesse. Nous montrerons qu'à l'occasion l'association des femmes au privé est présente dans les caricatures représentant des politiciennes.

L'association des femmes au privé a pour corollaire leur marginalisation dans la vie politique. Cette notion n'a rien de nouveau, ayant depuis longtemps fait l'objet de réflexions (voir Hacker 1951; Komarovsky 1946; Walstedt 1974; plus récemment, voir Sapiro 1984: 5-6; Githens et Prestage 1977: 3-10). Elle traduit une situation où les femmes vivent en marge de deux cultures – privée et publique –, sans pour autant être parfaitement intégrées à l'une ou à l'autre. Leur marginalisation résulte du fait que chaque dimension implique ses valeurs et ses normes propres qui, à l'occasion, peuvent se révéler incompatibles les unes avec les autres – du moins en fait de types idéaux. Elle découle aussi de ce que les attentes du milieu peuvent placer les femmes politiques dans de véritables conflits de rôles, lesquels surviennent lorsque les demandes propres à un rôle ne s'harmonisent pas, ou même entrent en conflit, avec l'actualisation d'un autre rôle. Les politiciennes connaissent fréquemment de tels conflits liés à leur appartenance simultanée à l'espace privé et public. Le sentiment d'être une mauvaise mère constitue un exemple de conflits de rôles chez les femmes politiques (Sineau 1988: 137-151; Tremblay et Pelletier 1995: 115-117).

La recherche

Nous proposons ici une lecture critique de la représentation de certaines femmes politiques dans les caricatures publiées par les principaux quotidiens canadiens. Nous soutenons l'hypothèse que les femmes leaders politiques sont présentées de façon stéréotypée dans les caricatures éditoriales, comme des êtres du privé⁸. En effet, bien qu'elles soient intégrées à la scène publique, les femmes politiques se voient attribuer des valeurs et des rôles associés à la vie privée. Si cette hypothèse s'avérait fondée, cela voudrait dire que la représentation des femmes dans les caricatures éditoriales au Canada s'est peu transformée depuis les décennies 1960 et 1970, période par rapport à laquelle Morris (1989) écrivait: «On considère donc que les femmes n'ont à peu près

8. L'aspect de la vie privée (la privatisation) constitue le pivot central de l'analyse de la représentation de deux femmes chefs de partis politiques dans les caricatures éditoriales. Nous sommes parfaitement conscientes que les stéréotypes dont les politiciennes sont affublées dépassent largement la stricte association au domaine familial et domestique. En fait, nous nous limitons au stéréotype de la privatisation pour deux raisons. *Primo*, il s'agit là d'un choix qui a inspiré la construction de l'objet de notre recherche, puisque nous n'avons pas la prétention de vouloir saisir l'univers des formes d'exclusion ou d'ostracisation des leaders politiques féminins, telles qu'elles se manifestent dans les caricatures éditoriales parues à l'occasion de l'élection fédérale de 1993. *Secundo*, intuitivement la manifestation dans les caricatures de ce stéréotype paraît peu probable. En effet, comment imaginer qu'il soit toujours possible de représenter dans leur cuisine des femmes chefs de partis politiques? En fait, la mise en relief du stéréotype de la privatisation des femmes chez des actrices politiques de première ligne permettra de montrer la force et la pérennité de certaines compréhensions des rôles sociaux féminins.

aucune importance à l'extérieur du contexte de la famille, comme actrices politique⁹» (p. 150).

Notre hypothèse générale est précisée par quatre sous-hypothèses inspirées des conclusions de recherches, surtout américaines, sur le traitement médiatique des politiciennes¹⁰:

1° *L'être: par le moyen de leurs caractéristiques physiques (notamment la représentation de leur corps) et psychologiques (leur affectivité et leur caractère), les personnages politiques féminins sont associés à l'univers privé.* Les conclusions de plusieurs travaux montrent que, lorsqu'il s'agit des femmes politiques, les médias insistent davantage sur leur apparence physique et leur vie familiale que sur leurs rôles publics, leurs responsabilités et leurs décisions (Sreberny-Mohammadi et Ross 1996; Witt, Paget et Matthews 1994: 182). Ainsi, Kim Campbell et Audrey McLaughlin pourraient être représentées comme des objets sexuels, que ce soit par exagération de certains traits physiques, par certaines poses ou autres. Les conclusions d'autres recherches démontrent que l'électorat définit le personnel politique à l'aide de caractéristiques psychologiques généralement associées aux hommes: rationalité et objectivité, ambition, agressivité, leadership, pour ne nommer que ces aspects (Huddy et Terkildsen 1993a et 1993b; Wadsworth *et al.* 1987). Kim Campbell et Audrey McLaughlin pourraient être représentées en fonction de caractéristiques psychologiques féminines: irrationalité, passivité, sensibilité aux besoins des autres, etc. Il peut sembler simpliste de se demander si des femmes à l'avant-scène de la vie politique peuvent être décrites en fonction de stéréotypes aussi éculés. Pourtant, c'est ce qu'a trouvé Kahn (1994) en examinant la couverture médiatique de 47 campagnes électorales américaines entre 1984 et 1988: les aspirantes sénatrices et les aspirantes gouverneures étaient plus susceptibles que leurs adversaires masculins d'être représentées selon des traits psychologiques associés aux stéréotypes féminins. Dans le cas contraire se serait manifesté ce que Kirkpatrick (1995) nomme un processus de déqualification des caractéristiques féminines, en vertu duquel les traits féminins sont dévalorisés au profit de traits masculins jugés plus appropriés à l'accomplissement d'une charge publique;

2° *Le dire: les personnages politiques féminins dans les caricatures entretiennent un rapport de passivité à la parole, c'est-à-dire qu'elles ne parviennent pas à se l'approprier.* Notre deuxième sous-hypothèse découle aussi des conclusions de recherches qui montrent que les femmes et les hommes n'entretiennent pas le même rapport à la parole. *Primo*, les femmes journalistes, plus que leurs collègues masculins, donnent la parole aux

9. Traduction libre de: «Women were thus treated as largely irrelevant outside the family context, having little significance either as political actors».

10. En fait, nous avons été dans l'obligation de consulter des travaux américains portant sur le traitement médiatique des politiciennes, d'une part, en raison de l'absence de travaux canadiens sur la question et, d'autre part, en raison du fait que l'analyse plus spécifique de la représentation caricaturale des femmes politiques demeure — même aux États-Unis — une thématique de recherche peu explorée.

femmes, notamment en sollicitant leurs témoignages et leur expertise (Douglas 1994: 277; Kahn et Goldenberg 1991; Mills 1997). Toutefois, les caricatures analysées dans le présent article étant toutes issues d'artistes masculins, il est possible que Kim Campbell et Audrey McLaughlin y parlent moins que les chefs politiques masculins¹¹. *Secundo*, des recherches passées ont démontré que le sexe des personnes politiques influe sur la perception qu'a l'électorat de leurs capacités. Ainsi, les femmes sont vues comme plus compétentes dans les secteurs qui rappellent leur assignation au privé, comme les questions concernant la famille, et celles qui touchent les droits des femmes, la pauvreté, la santé, etc. (Kahn 1992 et 1994). Les thèmes abordés lors de la campagne électorale de 1993 – le déficit, l'emploi, l'équipement militaire – n'encourageaient guère Kim Campbell et Audrey McLaughlin à prendre la parole (sauf peut-être la question de la réforme des programmes sociaux, mais qui a surtout été traitée sous l'angle des dépenses publiques). *Tertio*, d'autres recherches américaines ont fait ressortir que les femmes et les hommes politiques s'expriment au sein des comités de la Chambre selon des modalités bien différentes: les femmes non seulement parlent moins que les hommes, mais elles interviennent plus tardivement qu'eux dans les débats (Kathlene 1994 et 1995). En somme, puisque dans les faits les femmes et les hommes politiques n'entretiennent pas un même rapport à la parole, il ne serait guère étonnant qu'une telle différence se reflète aussi dans la représentation caricaturale des politiciennes et des politiciens;

3° *Le faire: les rôles occupés par les personnages féminins dans les caricatures éditoriales, les activités qu'ils font, l'espace où ils agissent ainsi que la direction de leurs actions contribuent à définir les femmes comme des êtres du privé.* La troisième sous-hypothèse repose sur les deux observations suivantes. En premier lieu, comme il a été mentionné précédemment, des recherches ont prouvé que l'électorat s'inspirait des stéréotypes sexuels pour évaluer la compétence des candidatures féminines et masculines. Dans leurs dessins, les caricaturistes ont peut-être tout simplement cherché à respecter les perceptions de l'électorat en représentant Kim Campbell et Audrey McLaughlin dans des rôles, des activités et des lieux qui rappellent le privé. En second lieu, dans un ouvrage de synthèse britannique sur la représentation des femmes et des hommes à la télévision (Gunter 1995: 19), il ressort que celles-ci, plus souvent que ceux-là, entretiennent un rapport de passivité à l'action. Un tel effacement des femmes quant à l'action transparaîtra peut-être aussi dans les caricatures éditoriales publiées lors de la campagne électorale fédérale de 1993;

4° *Les rapports entre les sexes: lorsque des personnages féminins et masculins se retrouvent dans une caricature, ils entretiennent des rapports de nature*

11. Il n'est toutefois pas dans notre intention d'établir un lien de cause à effet entre le sexe de l'artiste et la parole des personnages féminins dans les caricatures. Vérifier une telle relation nécessiterait un tout autre cadre théorique et conceptuel. En outre, il faut se rappeler que les caricaturistes exercent leur art dans un contexte politique et institutionnel, dont la logique et les règles ne s'harmonisent pas toujours avec leurs convictions personnelles (voir Weaver 1997).

hiérarchique, qui sont à la défaveur des femmes. De nouveau, Gunter (1995: 12-20) mentionne de nombreuses situations à la télévision où les femmes et les hommes entretiennent des rapports inégaux à la défaveur de celles-là. Par exemple, il y a plus de scènes où les hommes dominent les femmes que l'inverse, plus souvent ils occupent des emplois de prestige, plus souvent ils donnent des ordres aux femmes, etc. Et ce, sans parler des rapports de violence physique des hommes envers les femmes. De telles relations entre les sexes ont-elles été dépeintes dans les caricatures éditoriales parues à l'occasion de l'élection fédérale de 1993?

En vue de vérifier nos sous-hypothèses, nous avons retenu les critères suivants pour la constitution du corpus des caricatures. Sur le plan temporel, nous avons privilégié la campagne électorale fédérale de 1993, depuis le jour du déclenchement de la 35^e élection générale jusqu'au lendemain de la tenue du scrutin. Cette période nous a semblé particulièrement opportune dans la mesure où deux femmes étaient alors à la tête de formations politiques d'importance au Canada, une première dans l'histoire politique du pays. En effet, Kim Campbell était non seulement chef du PPC, mais aussi première ministre du Canada, alors qu'Audrey McLaughlin dirigeait les troupes néo-démocrates. Ces femmes étant à l'avant-scène électorale – et les caricaturistes privilégiant les personnages de première ligne (Morris 1989: 24) –, nous avons supposé qu'elles feraient l'objet de nombreuses caricatures, ce qui s'est révélé fondé. En outre, parce que deux des cinq chefs de formation politique d'importance étaient des femmes, la campagne électorale fédérale de 1993 offrait l'occasion unique¹² de dépasser un obstacle réel à l'analyse des caricatures de leaders politiques féminins, soit celui de leur faible nombre (Morris 1989: 123).

Sur le plan du matériel, nous avons considéré les seules caricatures parues à la page éditoriale (dites «caricatures éditoriales»), et ce, afin d'assurer une certaine uniformité de comparaison dans le matériel constituant le corpus. Au moins un quotidien par province ou territoire a été retenu, habituellement celui qui avait le plus fort tirage (*Canadian Advertising Rates & Data* 1993)¹³, en raison de son influence potentielle sur un grand nombre de personnes. En dépit d'un faible tirage, ont aussi été choisis des quotidiens influents pour leurs idées, comme *Le Devoir* au Québec. Afin de refléter la présence française et anglaise au Canada, des journaux francophones et anglophones ont été inclus dans l'analyse¹⁴. Bien que le personnage féminin (notamment Kim Campbell et

12. Lors de la campagne électorale de 1997, qui se déroule au moment même de la rédaction du présent article, une seule femme est à l'avant-scène politique, Alexa McDonough, chef du NPD.

13. Il est vrai que, même s'il s'agit du plus fort tirage de la province, certains quotidiens demeurent somme toute relativement mineurs dans l'univers journalistique canadien. C'est le cas du *Whitehorse Star* du Yukon qui, en septembre 1993, tirait environ 4 400 exemplaires les vendredis (*Canadian Advertising Rates & Data* 1993).

14. Du côté francophone, les quotidiens retenus sont les suivants: *La Presse* (Montréal), *Le Devoir* (Montréal), *Le Droit* (Ottawa-Hull), *Le Journal de Montréal* et *Le Soleil* (Québec). Du côté anglophone, on trouve: *Calgary Herald*, *Chronicle Herald* (Halifax), *Edmonton Journal*, *Evening Telegram* (St. John's), *The Gazette* (Montréal), *Globe & Mail* (Toronto), *The Guardian* (Charlottetown), *Leader Post*

Audrey McLaughlin) constitue l'unité de signification *première* de la présente recherche, nous avons également retenu, pour les fins de l'analyse, les caricatures représentant les personnages masculins que sont Jean Chrétien, Preston Manning et Lucien Bouchard, respectivement chefs du Parti libéral du Canada, du Parti réformiste et du Bloc québécois à l'époque. Les caricatures consacrées à MM. Bouchard, Chrétien et Manning ont été recueillies non en vue d'établir s'ils étaient aussi représentés de façon stéréotypée, mais à seule fin d'effectuer des comparaisons avec les caricatures concernant les personnages féminins de Kim Campbell et d'Audrey McLaughlin. Autrement dit, la représentation des chefs politiques féminins en fonction du stéréotype voulant qu'elles soient des êtres du privé constitue la préoccupation première de notre recherche, qui retient le personnage masculin non pour mettre en évidence les stéréotypes qui le marquent (par exemple, les modèles de la masculinité), mais pour effectuer des comparaisons quantitatives et qualitatives. On ne s'étonnera alors pas que l'analyse se limite à comparer les femmes et les hommes, ignorant parfois d'autres approches qui pourraient être riches de sens (par exemple, mettre en parallèle la représentation des leaders de partis «nationaux» et celle de leaders de partis «régionaux»). Mentionnons enfin que la sélection des caricatures excluait les répétitions; une même caricature n'a été répertoriée qu'une seule fois, même si elle a paru dans plusieurs des quotidiens retenus pour notre étude; à ce moment, elle a été comptabilisée sous le titre du quotidien d'où elle tirait son origine¹⁵.

Ces règles ont donné lieu à la constitution d'un corpus de 238 caricatures, représentant 351 personnages, dont 171 de sexe féminin. Le tableau 1 ventile les données en fonction des cinq chefs politiques retenus pour l'étude. Les résultats présentés diffèrent d'une conclusion de l'étude de Gingras (1995), à savoir que les femmes politiques sont moins visibles dans les quotidiens que leurs vis-à-vis masculins. Du strict point de vue de la fréquence d'apparition, Kim Campbell et Audrey McLaughlin n'ont pas été dramatiquement moins présentes dans les caricatures analysées que Lucien Bouchard, Jean Chrétien et Preston Manning. À l'instar de Tuchman (1978), nous croyons que les caricatures éditoriales parues au moment de l'élection fédérale de 1993 et analysées ici n'ont pas été l'occasion d'un effacement symbolique des femmes. Certes, les deux femmes leaders y sont toujours légèrement sous-représentées par rapport à la proportion de femmes dans la population (48,7 % en comparaison de 52 %), mais Kim Campbell et Audrey McLaughlin sont sur-

(Regina), *Ottawa Citizen*, *Telegraph Journal* (Saint John), *Toronto Star*, *Vancouver Sun*, *Whitehorse Star*, *Winnipeg Free Press*. Bien qu'il s'agisse là d'un échantillon appréciable de quotidiens du Québec, du Canada français et du Canada anglais, nous ne soutenons en rien qu'il soit sans faille, ni statistiquement représentatif de la couverture médiatique des femmes leaders politiques au Canada. Néanmoins, nous croyons qu'il offre un portrait assez précis de la représentation de Kim Campbell et d'Audrey McLaughlin dans les caricatures éditoriales parues au cours de l'élection canadienne de 1993.

15. Par exemple, si le *Whitehorse Star* reproduisait une caricature du *Montreal The Gazette*, celle-ci a été comptabilisée uniquement pour ce dernier quotidien. Par contre, si le *Whitehorse Star* reprenait une caricature tirée d'un quotidien non retenu pour notre étude, par exemple le *Edmonton Sun*, alors elle était mise au compte du *Whitehorse Star*.

représentées dans les caricatures analysées dans notre étude par rapport à leur proportion dans le groupe des cinq leaders politiques (48,7 % en regard de 40 %).

Tableau 1
Répartition du corpus des caricatures en fonction du sexe
et de l'identité des personnages

Sexe		Nb	%
Femmes	Kim Campbell	129	36,8
	Audrey McLaughlin	42	11,9
	Total	171	48,7
Hommes	Lucien Bouchard	46	13,1
	Jean Chrétien	94	26,8
	Preston Manning	40	11,4
	Total	180	51,3
Total général		351	100,0

La conclusion selon laquelle Kim Campbell et Audrey McLaughlin n'auraient pas été sous-représentées dans les caricatures analysées doit toutefois être considérée avec prudence, et ce, pour deux raisons. D'abord, notre conclusion n'est valable qu'en envisageant le seul critère de la fréquence d'apparition des personnages féminins et masculins. Une analyse qui pondérerait ce critère par des caractéristiques d'espace, de temps et de statut des personnages politiques étudiés pourrait mener à d'autres conclusions. Aussi, le fait que Kim Campbell était alors première ministre du Canada doit être mis en relation avec le grand nombre d'apparitions qu'elle cumule dans les caricatures examinées. Ensuite, une évaluation plus juste de la fréquence d'apparition des leaders politiques féminins et masculins devrait tenir compte de ce que chaque caricature n'a été retenue qu'une seule fois pour la présente analyse, alors qu'en réalité elle a pu être publiée par plusieurs quotidiens au cours de la campagne électorale.

L'analyse de contenu effectuée sur le corpus de caricatures est du type manifeste et quantitatif, latent et qualitatif. Manifeste et quantitatif, puisque l'analyse dénombre les personnages féminins, certes, mais aussi masculins, ainsi que la présence ou non de certaines caractéristiques. Latent et qualitatif, dans la mesure où il s'agit d'interpréter le non-dit, c'est-à-dire d'apprécier les valeurs, les rôles et les activités associés aux personnages féminins par l'entremise des connotations suscitées par la représentation graphique de leurs traits physiques et psychologiques dans des mises en scène particulières.

Holsti (1969: 95-116) établit différentes catégories d'analyse en vue d'effectuer une analyse de contenu. Pour notre analyse de caricatures éditoriales, les catégories retenues sont les suivantes: 1) les valeurs associées aux personnages; 2) les traits, soit leurs caractéristiques physiques et psychologiques; 3) les actrices et les acteurs, c'est-à-dire les rôles campés par les personnages, les rapports qu'ils entretiennent mutuellement, leurs activités, la direction de l'action et leurs rapports à la parole; et 4) la situation, c'est-à-dire le lieu de l'action, soit le privé ou le public.

Nos catégories d'analyse composent donc la grille d'analyse de contenu construite pour notre étude et structurée en fonction des quatre sous-hypothèses formulées plus haut. Sur le plan opératoire, les sous-hypothèses sont traduites par quatre axes analytiques: l'être, le dire, le faire et les rapports entre les sexes.

1° *L'être*: le premier axe analytique est constitué des catégories d'analyse portant sur les valeurs et les traits. Il cherche à établir si les caractéristiques physiques et psychologiques de Kim Campbell et d'Audrey McLaughlin rappellent leur assignation à l'univers privé, notamment en les décrivant par des valeurs et des traits associés à la féminité, aux rôles traditionnels des femmes dans la famille et en tant qu'objets sexuels. Trois indicateurs, inspirés de Dunnigan (1980), sont ici examinés:

- a) *la représentation du corps féminin*: il s'agit de voir si les caricatures insistent sur l'apparence physique des femmes, notamment en représentant le corps féminin de manière à amplifier ses caractères sexuels primaires (par exemple, les seins) et secondaires (par exemple, les graisses)¹⁶;
- b) *l'orientation de l'affectivité dont sont porteurs les personnages féminins*: il s'agit d'établir si les caricatures présentent Kim Campbell et Audrey McLaughlin selon une affectivité conforme aux valeurs traditionnellement associées à la gent féminine. Plusieurs échelles permettent de mesurer (par quantification) l'affectivité (dont l'échelle de Bem, relativement ancienne, mais encore utilisée dans l'étude de Kolbe et Langefeld (1993) sur la perception des rôles sociaux de sexe dans les médias), de ces échelles se dégage un consensus sur des traits féminins comme la tendresse, la gentillesse, la compréhension, le dévouement aux autres, etc.;
- c) *la faiblesse ou la force de caractère*: nous voulons déterminer si les caricatures représentent Kim Campbell et Audrey McLaughlin selon des traits de caractère conformes aux valeurs traditionnellement considérées comme féminines en Occident. De nouveau, plusieurs études (Huddy 1994; Huddy et Terkildsen 1993a et 1993b) permettent de mettre en évidence certains traits de caractère associés aux femmes, comme la passivité, l'irrationalité, la peur, le désarroi, la dépendance,

16. Certes, on pourrait soutenir que les caricaturistes ne peuvent décemment pas exagérer les caractères sexuels des femmes, à plus forte raison dans cette période de rectitude politique. Pourtant, comme nous le verrons, à l'occasion les leaders politiques féminins ont été représentées comme de véritables objets sexuels.

l'impuissance, etc. Du côté des hommes, on pense à l'agressivité, à la rationalité, à l'assurance, à l'indépendance, au sens des responsabilités, etc.;

2° *Le dire*: cet axe analytique porte sur les rapports qu'entretiennent les personnages féminins à la parole. Il cherche à établir si Kim Campbell et Audrey McLaughlin s'approprient ou non la parole dans les caricatures qui les représentent. Deux indicateurs composent cet axe:

a) *parler ou ne pas parler* : il s'agit simplement de constater la présence ou non de bulles de texte exprimant la parole ou la réflexion des personnages;

b) *la direction de la parole* : lorsque le personnage féminin parle, on doit vérifier s'il contrôle le message parce qu'il affirme ou s'il le subit parce qu'il se défend. Selon l'hypothèse générale de notre recherche, les femmes devraient davantage parler pour se défendre que pour affirmer. Pourtant le statut de Kim Campbell, en tant que première ministre sortante, peut influencer sur la façon dont les médias la traitent. En effet, la chef du PPC peut faire l'objet d'attaques parce qu'elle est femme (ce qui rejoint notre hypothèse), mais aussi parce qu'elle est première ministre sortante. Monière (1991 et 1992) a montré que les chefs de formation politique ne s'engagent pas à égalité dans une campagne électorale. Ainsi, la participation de Brian Mulroney aux débats télévisés de 1988 était plus risquée que celle de John Turner et d'Ed Broadbent, puisqu'il avait à défendre son administration en place depuis 1984 et, surtout, la décision controversée liée au traité de libre-échange avec les États-Unis. En 1993, Kim Campbell n'était guère en meilleure position que son prédécesseur: elle devait soutenir l'administration conservatrice en place depuis dix ans et justifier certaines décisions très discutées, notamment celle de l'achat d'hélicoptères pour l'armée. Dans ce contexte, il ne serait donc pas étonnant que la leader conservatrice soit davantage représentée dans des mises en scène où elle se défend plutôt qu'elle n'affirme, non en raison de son sexe mais de son statut;

3° *Le faire*: le troisième axe analytique porte sur les actrices et les acteurs, leur situation et les valeurs. Il cherche à établir si les rôles occupés par Kim Campbell et Audrey McLaughlin, leurs activités ainsi que le lieu et la direction de leur action témoignent d'une conception des femmes comme des êtres du privé. L'analyse veut aussi établir si les caricatures sont porteuses de préjugés sexistes envers les femmes. Cinq indicateurs composent le troisième axe:

a) *les rôles*: il s'agit de préciser si, lorsqu'elles ne sont pas présentées comme politiciennes, Kim Campbell et Audrey McLaughlin se retrouvent dans le rôle d'épouse, de mère ou de ménagère ou encore dans tout autre rôle qui assimile les femmes à des objets sexuels. Dans son étude britannique, Gunter (1995: 4) note que les femmes paraissent à la télévision dans des rôles dont l'éventail est relativement restreint, c'est-à-dire des rôles qui rappellent le privé (comme compagne, épouse

ou mère). Dans le contexte plus limité des caricatures politiques, Morris (1989: 50) faisait aussi remarquer qu'au Canada les femmes étaient souvent associées à l'univers familial;

- b) *les activités*: l'idée est de spécifier ce qu'est la principale activité de Kim Campbell et d'Audrey McLaughlin dans les caricatures, et si cette activité évoque l'univers du privé: accompagner un conjoint, s'occuper d'un ou d'une enfant, faire la cuisine, adopter des poses qui font penser à la sollicitation sexuelle, etc.;
 - c) *le lieu de l'action*: cet aspect vise à déterminer si le personnage féminin évolue dans la sphère privée ou publique. La première correspond au contexte très restreint d'un intérieur de maison, alors que la seconde se rattache à l'univers du travail, des loisirs, etc.;
 - d) *la direction de l'action*: le quatrième aspect s'attache à déterminer si le personnage féminin fait ou subit l'action engagée dans la caricature. Un personnage fait l'action s'il en est le sujet et la subit s'il en est l'objet;
 - e) *les préjugés sexistes*: cela consiste à démontrer si la caricature dénigre les femmes, notamment en suggérant leur assignation restreinte au privé. Il n'est pas possible d'envisager ici toutes les manifestations empiriques de préjugés sexistes, mais donnons tout de même quelques exemples. On peut vouloir ramener les femmes au monde des émotions (par exemple, les femmes sont alors représentées comme des êtres sensibles qui pleurent et contrôlent mal leurs nerfs), nier leurs habiletés pratiques (par exemple, les femmes font et causent des accidents de voiture), interpréter de façon restreinte leurs aspirations de vie (par exemple, toutes les femmes veulent s'accomplir dans la maternité), interpréter leur humeur et leurs comportements par leur nature (par exemple, les femmes sont plus irascibles à certains moments du mois), pour ne mentionner que ces exemples;
- 4° *Les rapports entre les sexes*: le dernier axe analytique privilégie aussi les actrices et les acteurs et leur situation. Il a pour but de déterminer la nature des rapports qu'entretiennent réciproquement les personnages féminins et masculins et quel sexe se trouve en position de force dans ces rapports. Cet axe compte deux indicateurs:
- a) *la nature des rapports femmes-hommes*: ne retenant que les caricatures qui comportent des personnages féminins et masculins, nous tentons d'établir s'ils entretiennent des rapports égalitaires ou hiérarchiques. Un rapport est de nature hiérarchique lorsqu'un personnage contrôle psychologiquement (à titre d'exemple, par l'hypnose) ou physiquement (par exemple, en empoignant) un personnage de l'autre sexe. Il y a des rapports égalitaires femmes-hommes en l'absence de telles formes de contrôle psychologique ou physique;
 - b) *l'avantage dans les rapports femmes-hommes*: considérant cette fois que les caricatures où les personnages féminins et masculins

entretiennent des rapports qualifiés de hiérarchiques, nous cherchons à préciser qui se trouve en position de force, c'est-à-dire qui contrôle et tire profit du rapport hiérarchique¹⁷.

Toutes les caricatures de notre corpus ont été codées par deux personnes, indépendamment l'une de l'autre, en fonction de la grille d'analyse décrite plus haut. Avant de commencer leur travail, elles ont participé à une séance de formation où nous leur avons expliqué le contexte de la recherche et la définition des catégories d'analyse de contenu. Nous voulions ainsi assurer une uniformité de compréhension de la procédure liée au codage des caricatures. Après une codification indépendante, les deux personnes devaient confronter leurs classements des différentes composantes des caricatures et, en cas de divergence d'opinions, débattre de leurs différends pour en arriver à un consensus¹⁸.

Les résultats

L'analyse du corpus des 238 caricatures réunies pour notre étude ne permet de soutenir que de façon timide l'hypothèse générale selon laquelle Kim Campbell et Audrey McLaughlin auraient été représentées de façon stéréotypée, plus précisément comme des êtres du privé, dans les caricatures éditoriales parues à l'occasion de la campagne électorale fédérale de 1993. En effet, neuf des douze indicateurs retenus pour notre étude ne révèlent pas de différences statistiquement significatives dans le traitement caricatural des personnages féminins et masculins. Par contre, pour le quart des indicateurs, les chefs du Parti conservateur et du Nouveau Parti démocratique ont été dépeints en référence à l'espace privé. Ce sont ces résultats que nous allons maintenant analyser et interpréter.

Selon le premier axe analytique, celui de l'«être», qui se réfère aux caractéristiques physiques et psychologiques de Kim Campbell et d'Audrey McLaughlin, ce n'est qu'une minorité de caricatures (14,6 %) qui montrent les femmes leaders politiques en insistant sur leur apparence physique, notamment en dessinant leur corps de façon à en exagérer les dimensions sexuelles (voir le tableau 2). Ce constat vaut aussi pour les personnages masculins. De ce point de vue, on ne pourrait soutenir que les deux femmes politiques visées dans notre analyse ont été manifestement représentées comme des objets sexuels dans les caricatures.

-
17. La caricature la plus significative à cet égard a été publiée par *Le Soleil*, le samedi 18 septembre 1993. On y voit Jean Chrétien tenant le programme libéral de sa main droite et enfourchant Audrey McLaughlin installée à quatre pattes, le leader libéral affirmant: «Vive les chevauchements.» *Le Soleil* a refusé de nous donner l'autorisation de reproduire cette caricature, jugeant qu'elle pourrait être qualifiée de sexiste...
 18. Concernant le faible nombre de personnes ayant analysé les caricatures, deux commentaires s'imposent. Premièrement, bien d'autres recherches reposent sur le travail d'un nombre restreint de codeuses et de codeurs (voir par exemple Kahn 1994). Deuxièmement, Manon Tremblay participait aux délibérations lorsqu'il n'y avait pas consensus quant au classement d'un aspect particulier d'une caricature. Cela dit, les auteures ne prétendent pas à la validité absolue de leurs résultats.

Tableau 2
Axe analytique de l'être ⁺

Indicateurs	Oui (%)	Non (%)	Autres réponses (%)	Total (%)
1. Exagération des caractères sexuels primaires et secondaires chez				
- les personnages féminins	25 (14,6)	102 (59,6)	44* (25,8)	171 (100,0)
- les personnages masculins	33 (18,3)	106 (58,9)	41 (22,8)	180 (100,0)
	P > 0,05			
2. Affectivité conforme aux rôles traditionnels				
- féminins	82 (47,9)	61 (35,7)	28** (16,4)	171 (100,0)
- masculins	106 (58,9)	55 (30,6)	19 (10,5)	180 (100,0)
	P > 0,05			
3. Faiblesse de caractère chez				
- les personnages féminins	114 (66,7)	32 (18,7)	25*** (14,6)	171 (100,0)
- les personnages masculins	69 (38,3)	92 (51,1)	19 (10,6)	180 (100,0)
	P < 0,0001			

⁺ Le test de signification est celui du chi-carré.

* Cette catégorie inclut les caricatures où le corps des personnages n'était pas représenté.

** Cette catégorie inclut les caricatures où l'affectivité des personnages était neutre (impassibilité) et celles où les visages des personnages n'étaient pas visibles.

*** Cette catégorie regroupe deux types de caricatures: celles où le caractère des personnages était neutre (c'est-à-dire qui n'exprimait ni de la faiblesse ni de la force de caractère); et celles où les visages des personnages n'étaient pas dessinés, rendant le plus souvent impossible toute précision quant à l'orientation du caractère.

Toutefois, bien qu'elle soit minoritaire, cette pratique n'est pas sans importance sur le plan symbolique, puisqu'elle contribue à alimenter certaines représentations sexistes dans l'esprit du lectorat, notamment celle qui réduit les femmes à la trilogie de la Femme, de la Mère et de la Prostituée. Par exemple, une caricature a repris l'association de Kim Campbell à la chanteuse américaine Madonna, présentant la première sous le style volontairement sexuel et provocateur de la seconde (voir la figure 1). Autre exemple: une caricature fait

allusion à une photographie, largement diffusée dans les journaux, où la leader conservatrice apparaissait les épaules découvertes derrière sa toge, en exagérant toutefois la nudité de Kim Campbell (voir la figure 2).

Archibald, Christian, Deterding et Hendrick (1980) remarquèrent aussi que les quotidiens insistaient peu (du moins d'un point de vue quantitatif) sur l'apparence physique des candidates et des candidats aux élections municipales canadiennes entre 1950 et 1975. Les résultats de leur recherche et ceux présentés ici ne permettent donc guère de soutenir les propos formulés par MacIvor (1996) selon lesquels les femmes politiques (tout au moins les leaders politiques féminines) seraient dépeintes par les médias «principalement comme des êtres sexués et non des politiciennes qui ont des convictions, des capacités et des ambitions divergentes, comme ils le font pour les politiciens¹⁹» (p. 290).

En ce qui a trait à l'association des femmes à l'espace privé et au rôle d'épouse, de mère ou de ménagère, des résultats intéressants, quoique non significatifs sur le plan statistique, se dégagent de la partie centrale du tableau 2: bien que près de la moitié des personnages féminins (82 sur 171) se soient vu attribuer des sentiments conformes aux rôles féminins, dans une proportion non négligeable de caricatures, Kim Campbell et Audrey McLaughlin ont été présentées avec une affectivité rejoignant plutôt les rôles masculins. Ce phénomène est celui que nous nommons, à défaut de mieux, l'«éclatement de l'affectivité» des personnages féminins. À l'inverse, Lucien Bouchard, Jean Chrétien et Preston Manning sont moins «éclatés» sur le plan affectif, près de trois personnages masculins sur cinq (58,9 %) étant montrés sous le jour d'une affectivité conforme aux rôles masculins traditionnels. Selon Huddy et Terkildsen (1993a), puisque l'électorat définit les «personnes politiques» par des traits liés à la masculinité plutôt qu'à la féminité, les femmes se trouvent à cheval entre deux univers d'attentes: d'une part, l'électorat postule que les politiciennes possèdent des traits féminins particuliers du simple fait qu'elles sont femmes et, d'autre part, qu'elles ont aussi certains des traits masculins définissant l'*homo politicus*. Cette explication peut aider à comprendre que Kim Campbell et Audrey McLaughlin ont été représentées dans certaines des caricatures analysées selon des traits à la fois féminins et masculins. Ainsi, l'une des caricatures à l'étude présente Kim Campbell en habit militaire (dimension traditionnellement masculine), qui effeuille une marguerite en disant «il m'aime, il ne m'aime pas...» (dimension qui fait référence au monde féminin des émotions et de l'irrationalité).

Que les caricatures faites de Kim Campbell et d'Audrey McLaughlin oscillent entre ces deux univers perceptuels nous semble témoigner de leur marginalité politique. On se rappellera que la marginalité consiste dans la non-intégration d'une personne à un système socioculturel donné, en fait à vivre sur la corde raide entre deux univers simultanément (Sapiro 1984: 5-6). Cela dit, comme les résultats de l'étude menée par Huddy et Terkildsen (1993a) le laissent à penser, cet éclatement peut aussi être interprété comme une stratégie permettant aux femmes d'accéder à la scène politique et de s'y maintenir. D'un point de vue symbolique, cela permet de les montrer dans un univers traditionnellement masculin, tout en respectant les représentations sociales de la féminité. Autrement dit, bien qu'elles soient dans l'espace politique, et donc

19. Traduction libre de «primarily as sexual beings, not as politicians with differing beliefs, abilities, and ambitions, as male politicians are».

Figure 1



public, les femmes n'en demeurent pas moins des femmes. Quoi qu'il en soit, l'éclatement plus prononcé de l'affectivité des personnages féminins constitue certainement un indice de l'identité encore ambiguë, mal définie, des femmes en politique.

Pour ce qui est de la faiblesse et de la force de caractère, il n'y a pas ici d'ambiguïté: Kim Campbell et Audrey McLaughlin ont nettement été associées au privé. Deux personnages féminins sur trois (114 sur 171 ou 66,7 %) sont dépeints sous le jour d'une faiblesse de caractère, notamment en situation de dépendance, de peur, d'impuissance ou de fuite, alors que c'est le cas pour seulement 38,3 % des personnages masculins, l'écart femmes-hommes étant statistiquement significatif. En fait, un personnage masculin sur deux (51,1 %) se voit attribuer une force de caractère (comme l'indépendance, la bravoure, l'assurance, etc.) en regard de moins d'un personnage féminin sur cinq (18,7 %). Les deux politiciennes à l'étude font ainsi l'objet d'une certaine marginalisation. En effet, on voit mal comment la faiblesse de caractère pourrait être compatible avec les réalités de la vie politique et, particulièrement, avec la compétitivité d'une campagne électorale. Si l'on présente ainsi les femmes, est-ce là une façon de leur signifier que leur place n'est pas en politique, qu'elles n'ont pas l'étoffe nécessaire pour cela?

La figure 3 constitue un exemple de caricature où Kim Campbell est en situation de faiblesse de caractère: non seulement la leader du PPC est-elle incapable de répondre à une question pourtant fort simple pour une chef de formation politique, mais son visage désemparé marque son impuissance, son désarroi. Et ce, sans mentionner qu'elle se trouve aussi dans un rapport hiérarchique avec l'animateur qui, placé plus haut qu'elle, l'interpelle de façon familière par le sobriquet «Kimmy», soulignant ainsi une certaine infantilisation de Kim Campbell et... un paternalisme certain de l'animateur.

En somme, pour ce qui est de l'axe analytique de l'être, de façon générale Kim Campbell et Audrey McLaughlin n'ont pas été caricaturées de manière stéréotypée, du moins en ce qui concerne la représentation du corps féminin et l'orientation de l'affectivité. Par ailleurs, aux deux femmes leaders a été attribuée, plus souvent qu'aux chefs masculins, une faiblesse de caractère.

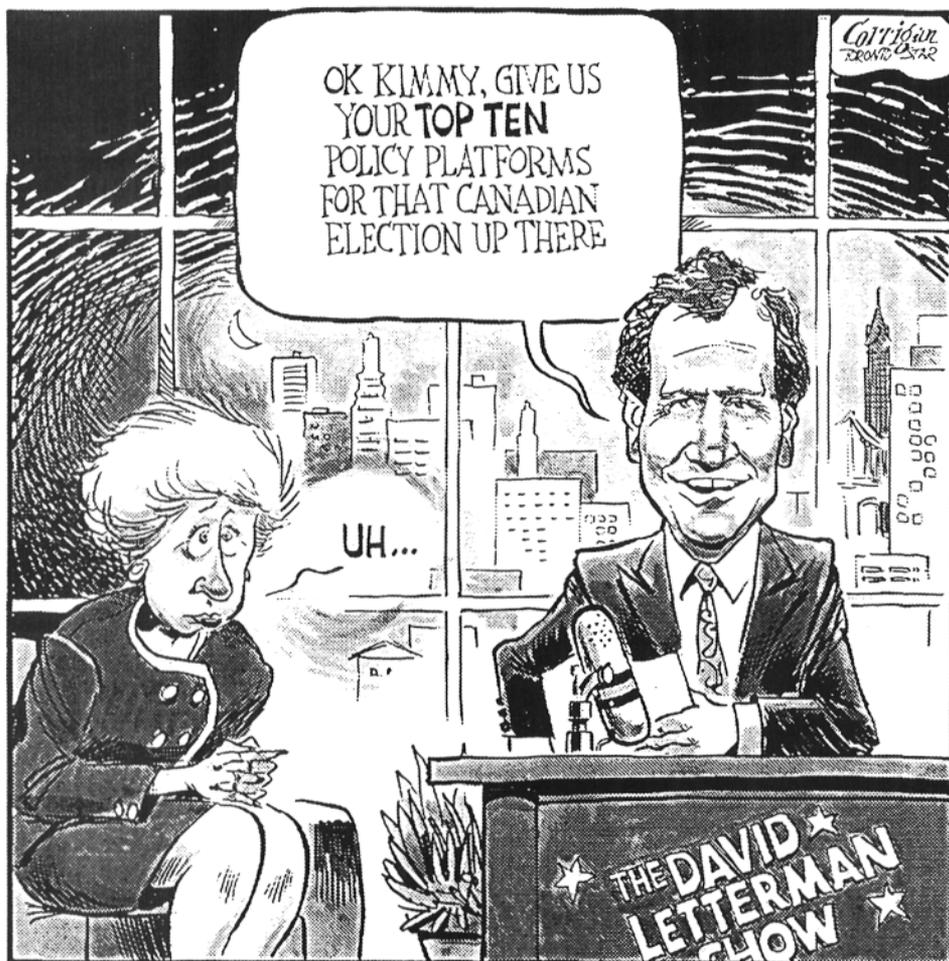
Dans le cas du deuxième axe d'analyse qui s'intéresse aux rapports qu'entretiennent les personnages féminins à la parole, à l'instar de ce que l'on observe pour les personnages masculins, ce n'est que dans une minorité de caricatures que les personnages féminins parlent, soit dans 42,1 % des cas où des femmes sont représentées comparativement à 33,9 % pour les hommes (voir le tableau 3). En fait, bien que cette différence ne soit pas statistiquement significative, Kim Campbell et Audrey McLaughlin sont dessinées en train de parler plus souvent que les personnages masculins. Lorsqu'elles prennent la parole, Kim Campbell et Audrey McLaughlin le font pour affirmer pratiquement dans les mêmes proportions que leurs homologues masculins. Toutefois, près de deux fois plus de personnages féminins que de personnages masculins parlent pour se défendre, soit 16,4 % en comparaison de 8,9 % respectivement, écart qui, rappelons-le, n'est pas significatif sur le plan statistique.

Figure 2



«Rien à cacher». «Ne pas ouvrir avant le 26 octobre» (traduction libre)
Jerkins, *The Globe and Mail*, Toronto

Figure 3



PATRICK CORRIGAN

«OK Kimmy, dites-nous les dix priorités de votre plate-forme pour cette élection canadienne.»
Corrigan, *The Toronto Star*, Toronto

Tableau 3
Axe analytique du dire⁺

Indicateurs	Oui (%)	Non (%)	Autres réponses (%)	Total (%)
1. Personnages qui parlent				
femmes	72 (42,1)	99 (57,9)	0 (0,0)	171 (100,0)
hommes	61 (33,9)	118 (65,5)	1 (0,6)	180 (100,0)
P > 0,05				
2. Personnages qui affirment				
femmes	44 (25,7)	28* (16,4)	99** (57,9)	171 (100,0)
hommes	45 (25,0)	16 (8,9)	119 (66,1)	180 (100,0)
P > 0,05				

⁺ Le test de signification est celui du chi-carré.

* Dans cette catégorie se retrouvent les caricatures où les personnages parlent pour se défendre.

** Cette catégorie inclut les caricatures où les personnages ne parlent pas.

Toutefois, des 28 caricatures où une femme parlait pour se défendre, à 23 occasions il s'agissait de Kim Campbell, ce qui pourrait constituer bien plus une conséquence de la fonction que du genre. En effet, on peut faire l'hypothèse que, en tant que première ministre sortante, Kim Campbell était sollicitée par les médias non parce qu'elle était femme, mais parce qu'elle était la principale actrice politique capable de répondre de l'administration conservatrice depuis 1984. En comparaison, Audrey McLaughlin entretient un rapport beaucoup plus discret à la parole, probablement parce que, à titre de chef de la troisième formation politique en importance au Canada (qui, au demeurant, n'avait aucune chance de constituer le gouvernement issu de l'élection de 1993), ce qu'elle avait à dire intéressait moins les médias.

Sur le chapitre de l'axe analytique du dire, rien ne permet donc de soutenir l'hypothèse selon laquelle les femmes sont présentées de façon stéréotypée, comme des êtres du privé. Les personnages féminins et masculins entretiennent dans les caricatures étudiées un rapport somme toute similaire à la parole d'un point de vue quantitatif.

Le troisième axe analytique, le «faire», concerne les actrices politiques et leur situation. Comme le montre le tableau 4, Kim Campbell et Audrey McLaughlin ont peu été représentées, du moins de façon explicite, comme épouse, mère ou ménagère dans les caricatures étudiées aux fins de la présente recherche. Par contre, près d'un personnage masculin sur deux (soit 46,7 %) s'est retrouvé dans des rôles traditionnellement dévolus aux hommes (militaire, conducteur de véhicules lourds, menuisier, joueur de baseball, etc.). Cet écart entre les femmes et les hommes est statistiquement significatif, mais il va en sens inverse de celui posé par notre sous-hypothèse, c'est-à-dire que ce sont les personnages masculins qui jouent plus souvent des rôles traditionnels. Pourtant, bien que la représentation de Kim Campbell et d'Audrey McLaughlin selon les rôles associés à la féminité demeure un phénomène minoritaire, il est tout de même intéressant de constater que des femmes leaders de partis politiques nationaux peuvent encore être montrées dans leur cuisine, un chaudron à la main.

Que les personnages masculins soient plus souvent que les personnages féminins représentés dans des rôles traditionnels n'est pas étranger au fait que les rôles traditionnels des hommes sur la scène publique sont plus nombreux et plus diversifiés que ceux des femmes dans l'espace privé. En outre, l'espace public étant le lieu «naturel» des hommes, en fait de rôles il est plus aisé de les y dessiner lorsqu'ils ne sont pas politiciens que d'y montrer les femmes, lesquelles, lorsqu'elles sont non politiciennes, trouvent peu de rôles autres que celui d'épouse, de mère ou de ménagère (si ce n'est un rôle de religieuse, d'institutrice, d'aide ménagère, etc.)²⁰.

Le deuxième indicateur de l'axe analytique du faire porte sur les activités: ce que font Kim Campbell et Audrey McLaughlin rappelle-t-il l'univers privé (par exemple, faire la lessive ou les repas)? Dans les 238 caricatures étudiées, ces deux femmes politiques ont rarement été dépeintes dans des activités liées au maternage ou aux travaux ménagers (même si c'est le cas dans la figure 4). En fait, ce sont plutôt des activités de la sphère publique qui les occupent: conduire un véhicule motorisé, faire du sport (jogging, escrime), se retrouver dans une assemblée publique, etc. En conséquence, il n'est pas étonnant de constater qu'au regard du lieu de l'action Kim Campbell et Audrey McLaughlin figurent rarement dans l'espace domestique. Lorsque des éléments permettent de définir le cadre spatial de l'action (ce qui n'est pas le cas pour près de la moitié du corpus), il s'agit le plus souvent de l'espace public.

Le quatrième indicateur de l'axe analytique du faire, celui de la direction de l'action, révèle des résultats pour le moins probants (c'est-à-dire qui sont statistiquement significatifs): deux fois sur trois, soit dans 68,4 % des caricatures représentant des personnages féminins, Kim Campbell et Audrey McLaughlin subissent l'action dans laquelle elles sont engagées, alors que pour les hommes la proportion est d'une fois sur trois (32,8 %). Dans la très grande majorité des cas, les chefs du PPC et du NPD ont été dépeintes comme des leaders politiques à qui échappe le contrôle de la situation, des chefs qui n'ont pas de prise sur les événements qui surviennent autour d'elles. Il s'agit là d'une piètre

20. Par exemple, le politicien devenu travailleur demeure dans l'espace public, un lieu d'ancrage conforme à ses rôles traditionnels, alors que la politicienne devenue travailleuse se situe déjà à l'extérieur de son assignation première au privé.

Figure 4



Tableau 4
Axe analytique du faire⁺

Indicateurs	Oui (%)	Non (%)	Autres réponses (%)	Total (%)
1. Personnages représentés selon les rôles traditionnels				
des femmes	27 (15,8)	122* (71,3)	22 (12,9)	171 (100,0)
des hommes	84 (46,7)	72 (40,0)	24 (13,3)	180 (100,0)
	P < 0,0001			
2. Activités qui rappellent le privé				
femmes	17 (9,9)	147 (86,0)	7 (4,1)	171 (100,0)
hommes	18 (10,0)	147 (81,7)	15 (8,3)	180 (100,0)
	P > 0,05			
3. Personnages représentés dans l'espace privé				
femmes	5 (2,9)	84 (49,1)	82 (48,0)**	171 (100,0)
hommes	4 (2,2)	82 (45,6)	94 (52,2)	180 (100,0)
	P > 0,05			
4. Personnages qui contrôlent l'action				
personnages féminins	45 (26,3)	117 (68,4)	9 (5,3)	171 (100,0)
personnages masculins	107 (59,4)	59 (32,8)	14 (7,8)	180 (100,0)
	P < 0,0001			
5. Préjugés sexistes envers				
les personnages féminins	90 (52,6)	81 (47,4)	0 (0)	171 (100,0)
les personnages masculins	35 (19,4)	145 (80,6)	0 (0)	180 (100,0)
	P < 0,0001			

⁺ Le test de signification est celui du chi-carré.

^{*} L'importance de cette catégorie s'explique par le fait qu'elle regroupe les caricatures où les personnages étaient représentés dans leur rôle politique. Autrement dit, la catégorie «oui» n'inclut que les caricatures où les personnages féminins et masculins n'étaient pas politiques ni politiciens, mais occupaient un autre rôle.

^{**} L'importance de cette catégorie s'explique par le fait que de nombreuses caricatures n'avaient tout simplement pas de contexte permettant de dire s'il s'agissait d'un espace privé ou public.

Figure 5



publicité pour des personnes qui aspirent à diriger le pays... À l'instar de la figure 3, la figure 5 offre aussi un bon exemple de situation où l'une des deux chefs politiques est objet de l'action. Outre le ridicule de jouer au baseball en souliers à talons hauts (de nouveau l'idée que les femmes chevauchent les représentations propres au féminin et au masculin), Kim Campbell subit l'action parce qu'elle est assommée par la balle, qu'elle tombe par terre et qu'elle est retirée du jeu.

Une nuance doit toutefois être apportée à cet aspect de l'analyse qui concerne le contrôle de l'action. Comme le fait de parler pour se défendre, ici encore il semble qu'il faille attribuer à la fonction plutôt qu'au sexe le fait que les femmes subissent l'action. En effet, la première ministre sortante a été attaquée bien plus souvent que les autres personnages. Ainsi, des 351 personnages analysés, 176 ont été considérés comme subissant l'action, dont 90 représentaient Kim Campbell, 30 Jean Chrétien et 27 Audrey McLaughlin. En outre, remarquons que l'ordre d'importance décroissant des occurrences reflète la présence numérique des partis en chambre au moment de la dissolution du 34^e Parlement, soutenant de nouveau l'hypothèse que la fonction, davantage que le sexe, explique les rapports à l'action. En vue de mieux comprendre les rapports des personnages politiques à la parole et à l'action, les recherches à venir devraient tenir compte à la fois des aspects du sexe et de la fonction.

Les préjugés sexistes, le cinquième indicateur de l'axe analytique du faire, révèlent aussi des résultats qui appuient l'hypothèse d'une association des femmes au privé. Disons d'abord que, de façon générale, ce n'est qu'une minorité des 351 personnages féminins et masculins analysés dans notre étude (soit 125 ou 35,6 %) qui sont dépeints sous le jour de préjugés sexistes. Cela dit, ces préjugés marquent bien davantage les personnages féminins que les personnages masculins (52,6 % en comparaison de 19,4 %). Par exemple, les deux politiciennes apparaissent comme des victimes passives de la violence physique (voir les figures 6 et 7), des conductrices malhabiles qui causent des accidents ou encore des êtres hystériques ou superstitieux (c'est-à-dire déterminés par leurs émotions et l'irrationalité). Parfois aussi elles sont montrées comme des sorcières ou incarnent Cendrillon, etc. Dans tous les cas, les caricatures non seulement rappellent que la vie de femmes s'articule autour de leurs rapports au privé, mais les idées exprimées sont réductrices par rapport à leurs capacités réelles et à la diversité des situations et des rôles dans lesquels elles évoluent. Elles faussent la réalité et contribuent à nourrir la marginalisation des femmes politiques.

À l'occasion, les hommes ont aussi été représentés en fonction de préjugés sexistes inspirés des stéréotypes masculins traditionnels: ils sont des protecteurs paternalistes des femmes, des *supermen*, des hommes affairés à leurs tâches d'entretien autour de la maison (à couper la pelouse), des élites sportives (comme pilotes automobiles), etc.

Figure 6



Jean Chrétien présente son programme.

En somme, Kim Campbell et Audrey McLaughlin ont très peu été dessinées dans l'espace privé, dans des activités et des rôles traditionnels. Cependant, les deux femmes, plus souvent que les hommes, sont objets de l'action dans laquelle elles sont engagées. Leur absence de contrôle sur la situation, voire leur assujettissement aux événements, n'est pas sans évoquer, du moins symboliquement, la longue infantilisation politique des femmes, alors que formellement elles étaient des citoyennes de seconde catégorie dont le devenir ne dépendait pas d'elles mais de forces qui leur étaient extérieures. À l'appui de cette lecture, notons que, dans les caricatures étudiées, deux personnages féminins sur trois sont représentés en présence d'hommes (politiques ou non), alors que seulement un homme politique sur deux est montré en présence de femmes (politiques ou non), comme si les femmes avaient davantage besoin des hommes pour évoluer dans l'espace politique, voire que la présence de ces derniers serait gage de légitimité. L'idée subtile portée par une telle représentation des femmes est qu'elles sont incapables par elles-mêmes d'être en politique, qu'elles ont besoin pour cela de l'assistance des hommes. Cette forme de paternalisme dans les rapports femmes-hommes sur la scène politique a déjà été relevée chez les parlementaires du Québec en 1990-1991 (Tremblay et Pelletier 1995: 102-106). Bref, dans les caricatures parues à l'occasion de l'élection canadienne de 1993 et étudiées ici, une majorité des personnages féminins sont victimes de préjugés qui leur sont défavorables, ne contribuant en rien à une intégration harmonieuse des femmes leaders politiques à l'espace public.

Enfin, en ce qui concerne l'axe des rapports entre les sexes, l'analyse ne repose pas sur 238 caricatures mais sur un sous-ensemble de 50 caricatures, c'est-à-dire seulement celles qui représentent simultanément des personnages féminins (Kim Campbell *ou* Audrey McLaughlin) et des personnages masculins (Lucien Bouchard *ou* Jean Chrétien *ou* Preston Manning). Autrement dit, pour être retenue dans ce sous-ensemble, une caricature devait comporter au moins un des deux personnages féminins *et* au moins un des trois personnages masculins. L'application de cette règle a permis de constituer un sous-ensemble relativement restreint, certes, mais qui contient néanmoins 204 personnages féminins et masculins.

Le tableau 5 illustre les résultats obtenus pour cet axe. Aucun des deux indicateurs retenus (soit la nature hiérarchique ou égalitaire des rapports femmes-hommes et l'avantage qu'en retirent les personnages) n'exprime de différence significative dans la représentation des femmes et des hommes. Autrement dit, Kim Campbell et Audrey McLaughlin ne sont pas plus souvent que leurs collègues masculins caricaturées dans un rapport femmes-hommes de nature hiérarchique qui, au demeurant, aurait été à leur désavantage.

Figure 7



Tableau 5
Axe analytique des rapports femmes-hommes⁺

Indicateurs		Oui (%)	Non* (%)	Autres réponses (%)	Total (%)
1.	Rapports de nature hiérarchique impliquant				
	des femmes	37 (21,6)	76 (44,4)	58** (33,9)	171 (99,9)
	des hommes	28 (15,6)	63 (35,0)	89 (49,4)	180 (100,0)
		P > 0,05			
2.	Rapports de nature hiérarchique à l'avantage				
	des femmes	12 (7,0)	25 (14,6)	134*** (78,4)	171 (100,0)
	des hommes	7 (3,9)	21 (11,7)	152 (84,4)	180 (100,0)
		P > 0,05			

⁺ Le test de signification est celui du chi-carré.

^{*} Cette catégorie regroupe les caricatures où les personnages féminins et masculins entretiennent des rapports de nature égalitaire.

^{**} Cette catégorie inclut les caricatures où il n'y a que des personnages féminins ou que des personnages masculins. Elle n'a pas été retenue dans le calcul du chi-carré.

^{***} Cette catégorie regroupe deux types de caricatures: celles où les personnages féminins et masculins entretiennent des rapports de nature égalitaire; et celles où les personnages sont tous du sexe féminin ou masculin. Cette catégorie n'a pas été retenue dans le calcul du chi-carré.

Toutefois, cela ne signifie pas qu'aucune caricature n'a comporté une telle mise en scène. Outre la figure 6, qui illustre un tel rapport de domination entre les sexes, la figure 8²¹ est particulièrement significative à cet égard. Le dessin met bien en parallèle le dessous de la chaussure de Jean Chrétien et la marque au derrière de Kim Campbell – qu'elle a exagérément large.

21. De nouveau, le dialogue de cette caricature comprend un jeu de mots difficilement traduisible en français. En effet, *kick-start* fait référence à l'idée de donner un coup de pied en vue de faire démarrer une motocyclette. Ainsi, l'idée dont cette caricature est porteuse est celle d'une association entre le fait de donner un coup de pied au derrière de Kim Campbell et la relance de l'économie.

Figure 8



«Après neuf ans de mauvaise administration, y a-t-il une meilleure façon de donner un coup d'envoi à l'économie?»
Mayes, *Edmonton Journal*, Edmonton

Conclusion

L'hypothèse à la base de notre article voulait que Kim Campbell et Audrey McLaughlin aient été représentées de façon stéréotypée, plus précisément comme des êtres du privé, dans les caricatures éditoriales parues dans les principaux quotidiens canadiens à l'occasion de l'élection fédérale d'octobre 1993. Quatre sous-hypothèses sont venues préciser notre hypothèse générale, lesquelles ont été empiriquement opérationnalisées par quatre axes analytiques, soit ceux de l'être, du dire, du faire et des rapports femmes-hommes. Les résultats obtenus permettent de soutenir de façon partielle l'hypothèse d'une association des leaders politiques féminines au privé, désigné ici par la notion de «privatisation», dans ces caricatures éditoriales. En effet, un quart seulement des douze indicateurs retenus ont révélé des différences statistiquement significatives dans la représentation des personnages féminins et masculins. Ainsi, plus souvent que leurs homologues masculins les femmes sont montrées avec une faiblesse de caractère et n'ont pas le contrôle de la situation. Davantage que celles des personnages masculins, les caricatures des personnages féminins sont marquées par des préjugés sexistes. Que conclure de ces résultats, notamment en matière d'inclusion des femmes leaders politiques?

D'abord, il est positif de constater que, de façon générale, les deux femmes leaders dont certaines représentations ont été analysées ici ne sont pas exclusivement pensées comme des êtres du privé ni dépeintes comme des êtres sexuels: elles apparaissent hors de leurs rôles et de leurs activités traditionnels dans la famille, comme prenant part à un certain éventail de situations. Elles s'approprient la parole – ce qui semble incontournable pour des leaders politiques – et ne sont pas particulièrement désavantagées dans leurs relations avec l'autre sexe. En somme, tout laisse croire que les conclusions des quelques recherches canadiennes effectuées sur le traitement médiatique des politiciennes – à savoir que les médias représentent celles-ci selon des stéréotypes sexistes – ne tiennent pas pour ce qui est d'une large proportion des caricatures publiées dans les grands quotidiens canadiens au cours de la campagne électorale fédérale de 1993.

Bien sûr, cela ne signifie pas qu'il n'y a eu aucune représentation sexiste de Kim Campbell et d'Audrey McLaughlin durant cette campagne, puisque le corpus de caricatures constitué pour notre recherche ne correspond pas à l'ensemble du traitement médiatique pour ces deux femmes politiques. En effet, qu'en est-il des spots publicitaires de la campagne électorale, des débats télévisés, des bulletins de nouvelles, des photographies paraissant sur la page couverture des magazines et de la presse écrite en général, entre autres? Néanmoins, les résultats de notre recherche nous invitent à rallier l'opinion de Norris (1997b) qui, ayant analysé le traitement médiatique de 23 femmes chefs d'État ou chefs de gouvernement (dont Kim Campbell) dans trois grands quotidiens américains, conclut que les journalistes de la presse écrite dépeignent aujourd'hui les femmes leaders politiques de façon plus subtile qu'en recourant à des stéréotypes sexistes éculés. C'est aussi l'avis de Carroll et Schreiber (1997) qui, examinant la couverture journalistique de femmes membres du 103^e Congrès américain, trouvèrent peu d'indices permettant de conclure que la presse aurait traité ces politiciennes de façon sexiste. Comme le mentionnent

avec justesse ces auteures, l'analyse des rapports entre médias et politiciennes devrait dorénavant porter sur le non-dit (ou certaines omissions) plutôt que sur le dit. Force est donc de reconnaître un changement dans la façon dont les médias abordent aujourd'hui le cas des femmes politiques.

Comment expliquer que les résultats obtenus dans la présente recherche ne rejoignent pas ceux des études précédentes portant sur le traitement médiatique des femmes politiques? Trois remarques s'imposent. *Primo*, si les femmes chefs politiques ne sont pas associées au privé dans la majorité des caricatures de notre corpus, elles n'en sont pas moins victimes de préjugés sexistes; c'est d'ailleurs l'un des indicateurs significatifs sur le plan statistique. De ce point de vue, les résultats obtenus ne se distinguent guère des conclusions des autres études portant sur le traitement des politiciennes par les médias. *Secundo*, il importe de ne pas mal (ni sur-) interpréter le sens et la portée de nos résultats. En nous concentrant sur l'association des politiciennes au privé, nous avons dû ignorer d'autres composantes des caricatures qui auraient pu être révélatrices de stéréotypes sexistes. La «privatisation» des politiciennes n'est qu'un aspect du phénomène plus vaste qu'est le traitement sexiste des femmes politiques par les médias. Les résultats exposés ici montrent que le stéréotype consistant à associer les femmes leaders politiques au privé trouve finalement peu de formes d'expression dans les caricatures éditoriales publiées lors de la campagne électorale canadienne de 1993, ce qui, par ailleurs, ne signifie pas que ces caricatures soient exemptes de tout stéréotype. *Tertio*, la démarche méthodologique suivie dans les différentes études (notamment le matériel examiné et les indicateurs retenus) explique en partie les écarts dans les résultats. D'ailleurs, il serait important qu'à l'avenir les recherches sur le traitement médiatique des femmes politiques empruntent davantage une approche qualitative, en s'intéressant au contenu sémantique des caricatures. Comme il a été possible de le constater à plusieurs endroits dans notre article, une approche quantitative a vite fait d'atteindre ses limites lorsqu'il s'agit de saisir le sens de certaines représentations sociales; une approche qualitative permet au contraire de faire ressortir certaines subtilités, le plus souvent insignifiantes sur le plan quantitatif, et d'insister sur certaines nuances.

Dire que les femmes leaders politiques ne sont généralement pas associées au privé est-il suffisant pour conclure, par ailleurs, qu'elles sont pleinement intégrées à l'espace public (en particulier politique), qu'elles y sont des citoyennes de première catégorie, au même titre que les hommes? Certes non! Certains indices permettent de croire qu'à bien des égards les femmes demeurent marginalisées dans l'espace politique.

D'abord, bien que les femmes leaders politiques apparaissent comme des actrices légitimes dans l'espace politique, il n'en perdure pas moins des traces de leur association au privé, des images qui rappellent qu'elles chevauchent deux univers plutôt imperméables l'un à l'autre. Ensuite, les résultats de notre recherche démontrent que, de façon générale, au cours de la campagne électorale de 1993, Kim Campbell et Audrey McLaughlin n'ont pas été stéréotypées dans les caricatures comme des êtres du privé. Cette conclusion n'est toutefois vraie que d'un point de vue statistique. Concrètement, elle signifie que 95 fois sur 100 les différences notées dans les représentations caricaturales des politiciennes et des politiciens résultent du hasard plutôt que d'une action délibérée de la part des caricaturistes. Elle ne permet pas de dire qu'il n'y a eu

aucune trace d'association des chefs politiques féminins à l'espace privé (nous avons tout de même pu repérer des caricatures où les femmes étaient dépeintes comme des êtres du privé). Certes, le fait que de façon générale les femmes leaders politiques ne soient pas représentées comme des êtres du privé est, en soi, une conclusion encourageante²², mais non suffisante pour une société qui adhère formellement (c'est-à-dire tel que cela est exprimé dans des textes quasi sacrés de la société canadienne comme la Charte des droits et libertés) au principe de l'égalité des sexes²³, objectif qui s'accommode mal de toute forme de sexisme envers les femmes, même de façon marginale. Enfin, les femmes leaders politiques sont montrées avec une affectivité plus éclatée entre les modèles féminins et masculins, alors que cela n'est pas vrai des personnages masculins. Outre le signe d'une identité féminine en politique qui reste à définir (voir Thomas 1997), nous avançons l'hypothèse que cet emprunt plus manifeste des personnages féminins à l'affectivité masculine s'inscrit dans une stratégie d'intégration des femmes à l'espace politique. C'est là un aspect qui pourrait inspirer d'autres travaux.

Les recherches à venir gagneraient aussi à tenir compte d'un certain nombre de considérations qui n'ont pas retenu notre attention. Par exemple, peut-on voir dans les paroles prononcées par les personnages féminins les marques de leur association au privé? De quelle façon a évolué la représentation des personnages féminins en cours de campagne électorale? Quels sont les thèmes associés aux personnages féminins? Les caractéristiques des quotidiens (par exemple, s'ils sont francophones ou anglophones, la région d'où ils proviennent) influent-elles sur la représentation des leaders politiques féminins dans les caricatures? Ce sont là quelques questions qui mériteraient d'être étudiées, en vue de parvenir à une meilleure compréhension d'un aspect encore trop peu exploré dans les recherches sur les femmes et la politique au Canada.

Manon Tremblay
Département de science politique
Université d'Ottawa

Nathalie Bélanger
Consultante en psychosociologie de la communication

22. D'autant plus que toutes les caricatures analysées dans le cadre de notre recherche ont été signées par des artistes masculins.

23. Certes, il y a lieu ici de s'interroger sur la désirabilité de l'égalité, du moins telle que cette notion a été énoncée par la pensée des Lumières. En fait, il y a urgence de revoir la définition de la citoyenneté démocratique au sein des sociétés contemporaines, notamment en repensant la dynamique entre l'égalité et la différence, où la première ne passerait plus par l'indifférenciation sexuelle et la seconde acquerrait une pleine inclusion dans le politique.

RÉFÉRENCES

- ARCHIBALD, Linda, Leona Christian, Karen Deterding et Dianne Hendrick
 1980 «Sex Biases in Newspaper Reporting. Press Treatment of Municipal Candidates», *Atlantis. A Women's Studies Journal/Journal d'études sur la femme*, 5, 2: 177-184.
- BASHEVKIN, Sylvia B.
 1993 *Toeing the Lines. Women and Party Politics in English Canada*. Toronto, Oxford University Press.
- BERNIER, Robert et Denis Monière
 1991 «L'organisation des débats télévisés des chefs aux États-Unis, en Europe, en Australie et au Canada», in Frederick J. Fletcher (dir.), *Les médias et l'électorat dans les campagnes électorales canadiennes*. Montréal, Wilson et Lafleur, coll. d'études de la Commission royale sur la réforme électorale et le financement des partis, n° 18: 177-237.
- BLAIS, André et M. Martin Boyer
 1995 «Assessing the Impact of Televised Debates: The Case of the 1988 Canadian Election», *British Journal of Political Science*, 26, 2: 143-164.
- BRODIE, Janine
 1991 «Les femmes et le processus électoral au Canada», in Kathy Megyery (dir.), *Les femmes et la politique canadienne. Pour une représentation équitable*. Montréal, Wilson et Lafleur, coll. d'études de la Commission royale sur la réforme électorale et le financement des partis, n° 6: 3-66.
- 1985 *Women and Politics in Canada*. Toronto, McGraw-Hill Ryerson.
- CAMPBELL, Kim
 1996 *Time and Change. The Political Memoirs of Canada's First Woman Prime Minister*. Toronto, Doubleday Canada Limited.
- CANADIAN ADVERTISING RATES & DATA
 1993 *Canadian Advertising Rates & Data*. Toronto, Maclean Hunter Canadian Publishing, 66, 9.
- CARROLL, Susan J. et Ronnee Schreiber
 1997 «Media Coverage of Women in the 103rd Congress», in Pippa Norris (dir.), *Women, Media, and Politics*. New York, Oxford University Press: 131-148.
- CHARRON, Jean
 1994 *Production de l'actualité. Une analyse stratégique des relations entre la presse parlementaire et les autorités politiques*. Boucherville, Boréal.
- 1991 «Les relations entre les partis politiques et les médias lors des campagnes électorales», in Frederick J. Fletcher (dir.), *Sous l'œil des journalistes. La couverture des élections au Canada*. Montréal, Wilson et Lafleur, coll. d'études de la Commission royale sur la réforme électorale et le financement des partis, n° 22: 91-166.
- COSTAIN, Anne N., Richard Braunstein et Heidi Berggren
 1997 «Framing the Women's Movement», in Pippa Norris (dir.), *Women, Media, and Politics*. New York, Oxford University Press: 205-220.

- CRTC (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes)
 1990 *La représentation des femmes et des hommes dans la radiodiffusion au Canada. Rapport sommaire 1984-1988.* Ottawa, Ministre des Approvisionnements et Services Canada.
- DODSON, Debra L. et Susan J. Carroll
 1991 *Reshaping the Agenda: Women in State Legislatures.* New Brunswick (NJ), Rutgers – The State University, Eagleton Institute of Politics, Center for the American Woman and Politics (CAWP).
- DOUGLAS, Susan J.
 1994 *Where the Girls Are: Growing Up Female with the Mass Media.* New York, Times Books.
- DUNN, Alan
 1968 *A Portfolio of Social Cartoons, 1957-68.* New York, Simon & Schuster.
- DUNNIGAN, Lise
 1980 *Analyse des stéréotypes masculins et féminins dans les manuels scolaires au Québec.* [Québec], Éditeur officiel du Québec.
- ENTMAN, Robert M.
 1993 «Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm», *Journal of Communication*, 43, 4: 51-58.
- FLETCHER, Frederick et Robert Everett
 1991 «Mass Media et élections au Canada», in Frederick Fletcher (dir.), *Médias, élections et démocratie.* Montréal, Wilson et Lafleur, coll. d'études de la Commission royale sur la réforme électorale et le financement des partis, n° 18: 201-252.
- FOX, Richard Logan
 1997 *Gender Dynamics in Congressional Elections.* Thousand Oaks, Sage.
- GIDENGIL, Elisabeth
 1996 «Gender and Attitudes Toward Quotas for Women Candidates in Canada», *Women & Politics*, 16, 4: 21-44.
- GILLIGAN, Carol
 1982 *In a Different Voice. Psychological Theory and Women's Development.* Cambridge, Harvard University Press.
- GINGRAS, Anne-Marie
 1996 «Les médias, l'opinion publique et le Parlement», in Manon Tremblay et Marcel R. Pelletier (dir.), *Le système parlementaire canadien.* Sainte-Foy, Les Presses de l'Université Laval: 83-99.
- GINGRAS, Anne-Marie, Chantal Maillé et Évelyne Tardy
 1989 *Sexes et militantisme.* Montréal, CIDIHCA.
- GINGRAS, François-Pierre
 1995 «Daily Male Delivery. Women and Politics in the Daily Newspapers», in François-Pierre Gingras (dir.), *Gender and Politics in Contemporary Canada.* Toronto, Oxford University Press: 191-207.

GITHENS, Marianne et Jewel Prestage

1977 «Introduction», in Marianne Githens et Jewel L. Prestage (dir.), *A Portrait of Marginality. The Political Behavior of the American Woman*. New York, David McKay: 3-10.

GUNTER, Barrie

1995 *Television and Gender Representation*. Londres, John Libbey.

HACKER, Helen Mayer

1951 «Women as a Minority Group», *Social Forces*, 30, 1: 60-69.

HOLSTI, Ole R.

1969 *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading (MA), Addison-Wesley.

HUDDY, Leonie

1994 «The Political Significance of Voters' Gender Stereotypes», *Research in Micropolitics*, 4, 1: 169-193.

HUDDY, Leonie et Nayda Terkildsen

1993a «Gender Stereotypes and the Perception of Male and Female Candidates», *American Journal of Political Science*, 37, 1: 119-147.

1993b «The Consequences of Gender Stereotypes for Women Candidates at Different Levels and Types of Office», *Political Research Quarterly*, 46, 3: 503-525.

KAHN, Kim Fridkin

1994 «Does Gender Make a Difference? An Experimental Examination of Sex Stereotypes and Press Patterns in Statewide Campaigns», *American Journal of Political Science*, 38, 1: 162-195.

1993 «Gender Differences in Campaign Messages: The Political Advertisements of Men and Women Candidates for U.S. Senate», *Political Research Quarterly*, 46, 3: 481-502.

1992 «Does Being Male Help? An Investigation of the Effects of Candidate Gender and Campaign Coverage on Evaluations of U.S. Senate Candidates», *Journal of Politics*, 54, 2: 497-517.

1991 «Senate Elections in the News: Examining Campaign Coverage», *Legislative Studies Quarterly*, 16, 3: 349-374.

KAHN, Kim Fridkin et Edie N. Goldenberg

1991 «Women Candidates in the News: An Examination of Gender Differences in U.S. Senate Campaign Coverage», *Public Opinion Quarterly*, 55, 2: 180-199.

KATHLENE, Lyn

1995 «Position Power versus Gender Power: Who Holds the Floor?», in Georgia Duerst-Lahti et Rita Mae Kelly (dir.), *Gender Power, Leadership, and Governance*. Ann Arbor, The University of Michigan Press: 167-193.

1994 «Power and Influence in State Legislative Policymaking: The Interaction of Gender and Position in Committee Hearing Debates», *American Political Science Review*, 88, 3: 560-576.

KIRKPATRICK, Jeane J.

1995 «In Their Own Words», in Francine D'Amico et Peter R. Beckman (dir.), *Women in World Politics. An Introduction*. Westport, Bergin & Garvey: 105-108.

- KOLBE, Richard H. et Carl D. Langefeld
1993 «Appraising Gender Role Portrayals in TV Commercials», *Sex Roles*, 28, 7/8: 393-417.
- KOMAROVSKY, Mirra
1946 «Cultural Contradictions and Sex Roles», *American Journal of Sociology*, 52, 3: 184-189.
- LAMOUREUX, Diane
1989 *Citoyennes? Femmes, droit de vote et démocratie*. Montréal, Éditions du remue-ménage.
- LEEPER, Mark Stephen
1991 «The Impact of Prejudice on Female Candidates: An Experimental Look at Voter Inference», *American Politics Quarterly*, 19, 2: 248-261.
- MACIVOR, Heather
1996 *Women and Politics in Canada*. Peterborough, Broadview Press.
- MATLAND, Richard E.
1994 «Putting Scandinavian Equality to the Test: An Experimental Evaluation of Gender Stereotyping of Political Candidates in a Sample of Norwegian Voters», *British Journal of Political Science*, 24, 2: 273-292.
- MCDERMOTT, Monika L.
1997 «Voting Cues in Low-Information Elections: Candidate Gender as a Social Information Variable in Contemporary United States Elections», *American Journal of Political Science*, 41, 1: 270-283.
- MCLAUGHLIN, Audrey avec la collaboration de Rick Archbold
1992 *A Woman's Place. My Life and Politics*. Toronto, Macfarlane Walter & Ross.
- MENDELSON, Matthew
1994 «The Media's Persuasive Effects: The Priming of Leadership in the 1988 Canadian Election», *Revue canadienne de science politique*, 27, 1: 81-99.
- MILLS, Kay
1997 «What Difference Do Women Journalists Make?», in Pippa Norris (dir.), *Women, Media, and Politics*. New York, Oxford University Press: 41-55.
- MONIÈRE, Denis
1992 *Le combat des chefs. Analyse des débats télévisés au Canada*. Montréal, Éditions Québec/Amérique.
1991 «Analyse lexicographique du débat des chefs en français dans l'élection fédérale canadienne de 1988», *Revue canadienne de science politique*, 24, 1: 29-50.
- MONIÈRE, Denis et Jean-H. Guay
1994 *La bataille du Québec. Premier épisode: les élections fédérales de 1993*. Montréal, Fides.
- MORRIS, Raymond N.
1989 *Behind the Jester's Mask. Canadian Editorial Cartoons about Dominant and Minority Groups, 1960-1979*. Toronto, University of Toronto Press.
- NAFF, Katherine C.
1995 «Subjective vs. Objective Discrimination in Government: Adding to the Picture of Barriers to the Advancement of Women», *Political Research Quarterly*, 48, 3: 535-557.

NORRIS, Pippa (dir.)

1997a *Women, Media, and Politics*. New York, Oxford University Press.

1997b «Women Leaders Worldwide: A Splash of Color in the Photo Op», in Pippa Norris (dir.), *Women, Media, and Politics*. New York, Oxford University Press: 149-165.

1996 «Women Politicians: Transforming Westminster?», *Parliamentary Affairs*, 49, 1: 89-102.

NORRIS, Pippa et Joni Lovenduski

1995 *Political Recruitment. Gender, Race and Class in the British Parliament*. Cambridge, Cambridge University Press.

PRESS, Charles

1981 *The Political Cartoon*. Rutherford, Fairleigh Dickinson University Press.

ROBINSON, Gertrude et Armande Saint-Jean

1995 «The Portrayal of Women Politicians in the Media: Political Implications», in François-Pierre Gingras (dir.), *Gender and Politics in Contemporary Canada*. Toronto, Oxford University Press: 176-190.

1991 «L'image des femmes politiques dans les médias. Analyse des différentes générations», in Kathy Megyery (dir.), *Les femmes et la politique canadienne. Pour une représentation équitable*. Montréal, Wilson et Lafleur, coll. d'études de la Commission royale sur la réforme électorale et le financement des partis, n° 6: 139-188.

SAINT-JEAN, Armande

1996 «Communications et recherches féministes», in Huguette Dagenais (dir.), *Science, conscience et action. 25 ans de recherche féministe au Québec*. Montréal, Éditions du remue-ménage: 277-294.

SAPIRO, Virginia

1984 *The Political Integration of Women. Roles, Socialization, and Politics*. Urbana, University of Illinois Press.

SHARPE, Sydney

1994 *The Gilded Ghetto. Women and Political Power in Canada*. Toronto, Harper Collins Publishers Ltd.

SINEAU, Mariette

1988 *Des femmes en politique*. Paris, Economica.

SREBERNY-MOHAMMADI, Annabelle et Karen Ross

1996 «Women MPs and the Media: Representing the Body Politic», *Parliamentary Affairs*, 49, 1: 103-115.

STATISTIQUE CANADA (Division des statistiques sociales, du logement et des familles)

1991 *Enquête sociale générale. Série analytique. L'emploi du temps*. Ottawa, Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie (catalogue 11-612F, n° 4).

TARAS, David

1990 *The Newsmakers. The Media's Influence on Canadian Politics*. Scarborough, Nelson Canada.

THOMAS, Sue

1997 «Why Gender Matters: The Perception of Women Officeholders», *Women & Politics*, 17, 1: 27-53.

TREMBLAY, Manon

1995 «Gender and Support for Feminism. A Case Study of 1989 Quebec General Election», in François-Pierre Gingras (dir.), *Gender and Politics in Contemporary Canada*. Toronto, Oxford University Press: 31-55.

1993 «Political Party, Political Philosophy and Feminism: A Case Study of the Female and Male Candidates in the 1989 Quebec General Election», *Canadian Journal of Political Science*, 26, 3: 507-522.

TREMBLAY, Manon et Édith Garneau

1997 «La représentation des femmes par la voie (x) d'une «démasculinisation» du style parlementaire», in Manon Tremblay et Caroline Andrew (dir.), *Femmes et représentation politique au Québec et au Canada*. Montréal, Éditions du remue-ménage: 69-100.

TREMBLAY, Manon et Réjean Pelletier

1995 *Que font-elles en politique?* Sainte-Foy, Les Presses de l'Université Laval.

TRENT, Judith S. et Teresa Sabourin

1993 «Sex Still Counts: Women's Use of Televised Advertising During the Decade of the 80's», *Journal of Applied Communication Research*, 21, 1: 21-40.

TUCHMAN, Gaye

1978 «Introduction: The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media», in Gaye Tuchman, Arlene Kaplan Daniels et James Benét (dir.), *Hearth and Home. Images of Women in the Mass Media*. New York, Oxford University Press: 3-38.

WADSWORTH, Anne Johnston *et al.*

1987 «“Masculine” vs. “Feminine” Strategies in Political Ads: Implications for Female Candidates», *Journal of Applied Communication Research*, 15, 1-2: 77-94.

WALSTEDT, Joyce Jennings

1974 «Women as Marginals», *Psychological Report*, 34, 2: 639-646.

WEARING, Peter et Joseph Wearing

1991 «Does Gender Make a Difference in Voting Behaviour?», in Joseph Wearing (dir.), *The Ballot and Its Message. Voting in Canada*. Toronto, Copp Clark Pitman: 341-350.

WEAVER, David H.

1997 «Women as Journalists», in Pippa Norris (dir.), *Women, Media, and Politics*. New York, Oxford University Press: 21-40.

WITT, Linda, Karen M. Paget et Glenna Matthews

1994 *Running as a Woman: Gender and Power in American Politics*. New York, Free Press.