

**Pierre Leroux**

*CRAP/université de Rennes 1*

## **LE JOURNALISME TÉLÉVISÉ CIBLE DE LA DÉRISION : LE JOURNAL DE CANAL INTERNATIONAL**

Il n'y a qu'une seule manière de tenir à la télé  
s'est de s'y fondre

Pierre Marcelle, *Contre la télé*

Le « Journal de *CANAL International* » présenté depuis plusieurs années dans le cadre de l'émission « Nulle part ailleurs » entre 19 heures et 20 heures 30 sur Canal plus se situe dans la longue tradition télévisuelle de parodie de la forme informative canonique — le journal télévisé — telle qu'elle a pu être déclinée sous diverses formes (tour à tour par *Les Nuls*, Coluche, *Les Guignols...*) sur cette chaîne depuis ses débuts et plus largement à travers les multiples sketches qui l'ont prise — souvent à la télévision même — pour objet (de Thierry le Luron aux *Inconnus*). Le succès d'audience du modèle — le journal télévisé — sur les grandes chaînes généralistes, ne s'est jamais démenti, constituant un objet clairement identifiable et un genre spécifique à lui seul (Coulomb-Gully, 1995, p. 10). De même, les déclinaisons humoristiques, satiriques et/ou parodiques de celui-ci ont souvent connu un grand succès.

L'analyse du dispositif de dérision de ce faux journal télévisé proposée ici se situe à deux niveaux. En premier lieu, nous rappellerons pourquoi le journal télévisé — en tant que rituel codé — et devenu perceptible comme tel — constitue une cible privilégiée de la dérision. En second lieu, nous analyserons ce journal en lui-même, à la fois produit de l'histoire et de la modernité journalistique, en distinguant ses différentes composantes humoristiques pour examiner enfin sa force de dérision.

## Les fondements de l'incroyance

Depuis son invention, le journal télévisé s'est imposé comme un rituel résistant en partie à la logique néo-télévisuelle du flux (Eco, 1985, Cassetti et Odin, 1990<sup>1</sup>), variant finalement peu dans son principe tout en usant des perfectionnements techniques (trucages, titrage, incrustation, duplex, etc.), faisant évoluer sa mise en scène plus que sa logique fondamentale, définie depuis longtemps (Mercier, 1996, p. 21 et suivantes). Parallèlement, la « professionnalisation des professionnels » a contribué à homogénéiser les manières de présenter et de traiter l'actualité : mise en scène, formats, etc. (Asline, 1990, p. 42), autant que le discours spécifique et la mise en récit journalistique en général ; vulgarisant et banalisant pour un large public les pratiques journalistiques et ce d'autant plus facilement que le journal télévisé par la stabilité de ses formes et sa récurrence propose chaque soir un parcours balisé par delà la variété des nouvelles et l'apparente soumission aux « événements ».

Si la satire a sans doute à sa façon contribué à désacraliser la « grand messe » informative, la multiplication des chaînes et avec elle la concurrence ont également conduit certaines d'entre elles à se démarquer en adoptant des formules moins solennelles (journaux courts, « tout-image » pour M6, inséré dans une tranche de divertissement pour Canal plus). Parallèlement, et de façon ambivalente, le journal télévisé tend à la fois à multiplier et à insister sur les indices de la véracité de son discours (Veron, 1986), tout en dévoilant paradoxalement des éléments de mise en scène (image du dispositif, de la rédaction...). Dans la lignée d'ouvrage « grands publics », la télévision a souvent elle-même proposé un regard sur les coulisses de la fabrication de son produit souvent dans un but promotionnel<sup>2</sup>, quelquefois avec un regard plus acéré (documentaire *Le journal commence à 20 heures*, émission *Arrêts sur image* sur *La Cinquième*).

Mais, plus fondamentalement, le journal télévisé est depuis très longtemps un objet d'analyses critiques savantes (Cf. notamment Miège et Alii, 1986 ; Jost, 1999, p. 75-102) ou demi-savantes (*Télérama*) tendant à mettre à jour ses procédés et son artificialité. Ces analyses, centrées principalement sur le contenu même du journal, ont connu des fortunes diverses mais leur version vulgarisée a bénéficié sous de multiples formes d'une diffusion importante auprès des franges du public les plus réceptives : les jeunes et le public cultivé.

Enfin, au-delà de ces regards critiques et de ces entreprises de dévoilement, les mises en cause les plus récentes du journalisme se sont focalisées sur les grands médias et l'information à la télévision y occupe souvent la première place (Bourdieu, 1996 ; Halimi, 1998). Ajoutons enfin que les « scandales » révélés à propos des pratiques (fausses interviews, reportages « bidonnés », etc.), et les accusations de connivence (Halimi, 1998 ; le documentaire de Pierre Carles *Pas vu à la télé* puis *Pas vu pas pris*, 1997), tendent à entamer la croyance *primaire* dans le discours journalistique.

Globalement donc, et à des degrés divers selon les publics, le journal télévisé sous sa forme classique reste à la fois la *grand-messe* réunissant une masse de fidèles attachés à l'orthodoxie du

rite, mais ces mêmes fidèles ont de moins en moins la « foi du charbonnier » même (les sondages sur la « crédibilité » des médias le montrent), et certains d'entre eux doutent même au point de ne plus consommer que des journaux ayant opéré leur *aggiornamento* (M6, Arte, Canal plus), quand ils n'abandonnent pas, pour le public le plus jeune, toute pratique pour ne plus célébrer que des messes noires, parodies sacrilèges proposées aujourd'hui par *Les Guignols* ou *CANAL International*.

## **Les sédiments de l'histoire et l'influence de la modernité**

L'argument principal du « journal de *CANAL International* » est simple : il est le produit d'une politique volontariste de la Présipauté de Groland — qui emprunte certains de ses traits à la Suisse et à Monaco<sup>3</sup> — pays imaginaire (« joyeux, accueillant et lâche ») ayant doté celle-ci d'une chaîne d'information — *CANAL International* — concurrente de *CNN*, « le plus actuel des avatars du petit écran » (Donn, Moustic, 1995, p. 135), singeant son modèle avec ses moyens dérisoires, mais faisant en partie illusion à travers le sérieux apparent de son présentateur, le savoir-faire de ses reporters, ses « vrais-faux » duplex avec des correspondants « sur le terrain », et également, comme son illustre modèle, son apparente volonté d'exhaustivité (l'américanocentrisme sans complexe de *CNN* ayant au passage été remplacé par un *grolando-centrisme* qui réserve le plus souvent la première place aux nouvelles de la présipauté, pour traiter ensuite « en vrac » celles « du reste du monde »).

Le dispositif dérisoire et montré comme tel (un décor portable de rédaction au travail où une « poupée Barbie » fait office de journaliste au travail dans la parodie de *CNN*) et pourtant crédible (le plan rapproché fait disparaître l'artifice, le fond bleuté et les téléviseurs du décor « signent » technologiquement celui-ci, seule « fausse note » de l'édition régionale, l'image de la régie qui y est présentée montre un réalisateur sommeillant) souligne clairement le jeu permanent sur le vrai et le faux et le rapport aux journaux télévisés d'aujourd'hui.

Mais, si les événements (la guerre du golfe notamment) ont pu donner une importance particulière à la référence à *CNN* (avec l'imitation de la scénographie télévisuelle que celui-ci avait élaboré pendant le conflit, le récit *sur le terrain* de reporters dont tout atteste qu'ils sont bien là où se passe l'événement), le *Journal de CANAL* contient aussi un ensemble paradoxal de références qui s'additionnent et se complètent. En devenant récemment la déclinaison régionale des informations de la présipauté, ce journal « proximateux » comme il s'auto-proclame, renvoie aux succès des journaux de 13 heures de TF1 et du *19/20* de France 3 (meilleures audiences de ces tranches horaires) dont il copie le mode de traitement et le générique (images de synthèse « survolant » le territoire de Groland et ses villes aux noms bien connus des fidèles : Vichume, Noudin les Noillaux, Groville, Roswell sur Gougnon, etc.).

Les références historiques hexagonales ne sont pourtant pas absentes, le journal télévisé de Groland est pour ce qui concerne l'actualité politique sous l'emprise du pouvoir, ses journalistes

sont la voix de Groland comme d'autres à une époque étaient sommés d'être « les voix de la France ». De même, sa connivence avec le pouvoir politique reste avérée en raison du régime politique grolandais mais aussi de la soumission de ses journalistes : présentée comme « une rédaction libre et consciente » elle est « totalement indépendante de tout pouvoir politique et économique », et « propose une information sans concession » : « communistes, anarchistes, écologistes et romanichels y sont sévèrement dénoncés par des journalistes venus de tous les horizons politiques » rappelle-t-on dans le *Guide du Groland*<sup>4</sup>.

En revanche, les « journalistes » sont parfois résolument modernes dans leur tendance à se laisser aller sans vergogne aux plus récentes dérives de la pratique journalistique (influençant parfois les témoins ou prenant ouvertement parti<sup>5</sup>, utilisant tous les artifices du montage pour illustrer tout type de sujet de façon crédible à partir d'archives, pratique quotidienne de toutes les chaînes d'information continue), comme à suivre les courants porteurs (scénarisation de l'actualité, petites « histoires », laissant une place de choix aux faits divers et aux « marronniers » qui assurent le succès de ses indépassables modèles de France 3 et TF1).

L'arrière-plan sociétal de Groland comporte d'ailleurs de nombreuses similitudes avec la France et plus largement le monde moderne et ces thèmes souvent mis à l'ordre du jour journalistique (chômage, problèmes d'environnement, de violence urbaine ou scolaire...). Les journalistes les développent avec complaisance, sans oublier (comme leurs modèles) de positiver les initiatives des Grolandais qui individuellement et de façon dérisoire apportent une note d'espoir.

## **Parodie, cynisme et dérision**

### ***La parodie était presque parfaite***

De nombreuses parodies du journal télévisé ont utilisé les archétypes formels du journal pour donner un cadre à un humour essentiellement verbal (*Les Nuls*) ou pour railler l'artificialité des rôles (le présentateur particulièrement) ou la collusion avec le pouvoir (Coluche). Le journal de *CANAL International* lie cette approche avec une parodie centrée sur le discours et les formes même de construction de la réalité à travers l'information (ce qu'avaient déjà fait *Les Inconnus* notamment). La réunion de ces deux formes d'humour, déjà exploitées dans les Guignols (mais avec des marionnettes) tend ici, en raison des conditions de production, à être très proche de ses modèles<sup>6</sup>. Ainsi, la parodie de *CNN* multipliait les éléments signalant son ubiquité (direct dans tous les endroits du monde), l'actuelle déclinaison régionale met en scène un « Groland profond » d'une sincérité indéniable<sup>7</sup>. Cette parodie se heurte fictivement aux mêmes limites que son modèle : comment mettre en scène visuellement des événements que l'on n'a pas pu le plus souvent filmer, comment rendre intéressantes des histoires banales ou des

situations absurdes. Un fait divers dans un village comportera un plan sur la plaque portant le nom du village, l'image de lieux, d'objets illustrant de façon redondante le récit en voix *over* ou *off*, et l'interview de quelques témoins faisant autorité (un voisin, la mère de la victime, un commissaire de police, le maire de la commune, etc.) eux aussi redoublant le récit journalistique.

Ainsi, ce journal ne renouvelle pas à proprement parler le registre parodique mais atteint une perfection dans la maîtrise des formes égale à son modèle, seule l'absurdité des nouvelles (en contraste avec la véracité du traitement) est en décalage.

### ***La vérité des rôles***

C'est avec un cynisme subversif que les journalistes de *CANAL International* pratiquent leur métier. Débutant toujours par le slogan qui sonne comme le rappel d'une évidence (« l'actualité c'est vous qui la vivez, c'est nous qui en vivons »), il souligne aussi certains principes « pas de sang, pas de haine, c'est notre supplément week-end », mettant l'accent en forçant sur toutes les conventions présentes — et invisibles à force d'être routinisées — dans un vrai journal : formules creuses, « indispensables », changements de caméra comme transition entre deux rubriques, paupières closes en fin de lancement ; tics audiovisuels vus mille fois dans les vrais journaux mais dont le ridicule se rappelle ici à nous par la maladresse appliquée avec laquelle ils sont repris. Lorsque le présentateur fait un « pied » humoristique à une nouvelle dramatique à la place d'afficher la neutralité ou la compassion de façade attendue, ou que *a contrario*, il lance un marronnier en manifestant une émotion trop exagérée pour être interprétée comme sincère, il souligne bien les aspects dérisoires du rituel journalistique.

### ***Un objet aussi dérisoire que son modèle***

La mise en image du journal de *CANAL International* nous rappelle que le journalisme télévisuel se donne moins pour objectif de montrer des images du réel que de faire participer celles-ci à la construction d'une version narrativement plausible en utilisant des routines discursives journalistiques. Les brèves donnent lieu, par exemple, à une séquence de détournement d'images d'actualité qui, l'humour absurde aidant, montre que l'illustration par l'image ne connaît pas de limites. Citons cette image d'une chaîne de montage de voitures où l'on voit poser un pare-brise que le commentaire illustre d'un « Nouveau : Afflelou invente le pare-brise pour myopes », ou ce gros plan du visage d'un homme âgé aux lèvres un peu pincées et à l'abondante chevelure blanche commenté par « ils ne vendaient plus assez de disques séparément, Charles Aznavour et Léo Ferré ont décidé de fusionner ».

Le journal de *CANAL International* n'omet cependant pas de produire tous les signes d'un sérieux déontologique (incrustations signalant l'utilisation d'archives, la réalisation de reconstitutions, l'origine des images pour les documents de cinéma, le lieu de tournage, ou la relation en

direct avec le présentateur) un tout petit peu trop ostentatoire. Véritable cauchemar sémiologique, il atteste par cette surcharge de signes sa volonté d'être (trop) crédible.

Au-delà du jeu humoristique sur les apparences et les contenus qui étaient déjà présent chez ses prédécesseurs, le Journal de *CANAL International* prend pour cible de manière plus fondamentale les formes actuelles de traitement journalistique (rapport à l'actualité, hiérarchie des sujets et traitement des nouvelles, rapport au pouvoir politique, mise en image des sujets, rôle du présentateur, etc.). Il prend pour objet des contenus à peine plus dérisoires que ceux développés dans la partie magazine de ses modèles : le long reportage sur l'ouverture du premier bar homosexuel dans un village n'est pas plus dérisoire que celui sur une usine où les ouvriers sont payés à ne rien faire depuis plusieurs mois (*France 3*, sept. 2000) ou sur le ramassage des feuilles (*TF1*, Treize heures, automne 1999). De ce point de vue, le « programme humoristique » de ce journal pourrait compléter à travers une démonstration par l'absurde celui de Yves de la Haye (1985, p. 26) qui voulait « initier des formes de lectures critiques susceptibles de chahuter les évidences ».

### **Les limites de la dérision : un ricanement post-moderne ?**

L'histoire du (vrai) journal télévisé a offert de nombreux exemples que la fiction n'aurait sans doute pas osé inventer (prix Nobel coupé pour passer les annonces publicitaires, distribution de gants de boxe avant une joute politique, interviews d'individus à qui on n'a pas posé de questions, etc.) et la parodie risque de plus en plus souvent d'être rattrapée par son modèle : le journal de *CANAL International* ne montre quelquefois sa différence que de façon outrancière (avec un recours à l'humour et au « mauvais goût » ostentatoire), soulignant les limites de la force corrosive d'une telle approche. D'autant que la force de dévoilement d'un tel journal et le dispositif de dérision qu'il a mis en place ne peut que s'émousser en devenant lui-même un rendez-vous aussi ritualisé que son modèle.

La principale limite corrosive de cette parodie réside cependant dans l'absence d'un parti pris idéologique même implicite. Cyril Lemieux souligne que la plupart des analyses sociologiques du journalisme mettant en cause celui-ci ont souvent pour principe une référence normative, un « point d'extériorité » (morale professionnelle, vision de la société) jamais présentée comme tel mais qui en est pourtant le fondement (Lemieux, 1999, p. 218). Si l'écueil du dogmatisme est ainsi évité, la portée subversive uniquement fondée sur la dérision en est par là même limitée<sup>8</sup>. Le carcan du journal télévisé — fut-il parodique — est tel qu'il laisse peu de place aux éléments d'un manifeste idéologique ou une contestation de fond qu'une partie des auteurs (Benoit Delépine, Moustic) revendiquent pourtant<sup>9</sup>, et qui ne peut apparaître qu'à la marge (la dérision a sans doute eu une force plus grande quand elle s'exerçait contre *CNN*<sup>10</sup>). La stigmatisation du misérabilisme du regard du journaliste « de proximité » constitue une critique

trop (l)imitée à la dimension la plus dérisoire de son objet, confirmant la plupart des clichés (même pas faux) rebattus sur le sujet<sup>11</sup>.

Le journal de CANAL serait-il à ranger au rayon des contestations ritualisées et sans effet, et des *pseudo-opinions critiques* dont parlait Debord (Debord, 1992, p. 78) ?

Remarquons d'une part, que les mécanismes de la dérision mis en œuvre reposent sur un effet de connivence avec le public, donc une très bonne connaissance des codes (du traitement de l'information), ce qui amoindrit l'effet que la révélation et la prise de conscience pourraient provoquer. Ajoutons qu'en soulignant, avec un humour souvent ravageur, le ridicule des formes rhétoriques (au sens large) qu'emprunte aujourd'hui le journalisme on s'attache en fin de compte à une dimension superficielle des possibles « effets » du travail journalistique, en restant fatalement à une démystification qui peut même éventuellement renforcer la croyance. En prenant pour objet l'hypothétique « pouvoir » manipulateur que les discours et les images peuvent avoir sur le « grand public », on entretient la distinctive complicité entre spectateurs pas dupes, fonds de commerce de Canal plus.

D'autre part, il faut rappeler que dans l'univers des industries culturelles les stratégies de conquête du public font qu'aujourd'hui ces types de contenus ont vocation à devenir des produits marchands, les limites de ce libéralisme idéologique étant sans cesse reculées tant que les produits offrent la possibilité de toucher par ailleurs des cibles commercialement intéressantes<sup>12</sup>. *Canal plus*, tout particulièrement, a fondé sa réussite en produisant son propre discours de dérision (voire d'auto-dérision) qui la protège en grande partie des critiques plus radicales tout en se prévalant d'une lucidité qui n'a comme limite que le regard réflexif sur la propre inanité de ses contenus (notamment en matière d'information), et le dévoilement de ses stratégies industrielles et de ses logiques de programmation. Ainsi, la dérision (à la télévision) limitée à un objet tel que le journal télévisé s'expose à n'être qu'une illusion critique : l'utilisation humoristique des recettes de mise en scène de la société de la communication et du spectacle tend à faire de la dérision un genre parmi d'autres, banalisé et parfaitement intégré au flux télévisuel, un îlot anticonformiste dans un océan de convention.

#### NOTES

1. L'opposition paléo/néo télévision est particulièrement délicate à utiliser et à généraliser (Cf. les débats du colloque « Télévision, transformation, théorie — retours possibles sur la néo-télévision », Metz, mars 1998). Concernant le journal télévisé on retrouve les mêmes ambiguïtés. c'est une émission de flux (en opposition aux émissions « de stock », Coulomb-Gully, 1995, p. 9), que le modèle du présentateur distant a disparu (Mercier, 1996, p. 173) mais cependant moins sensible que d'autres à la logique de programmation (c'est plus vrai pour les journaux de 20 heures que pour ceux de la mi-journée) même si cette logique semble de plus en plus peser sur les contenus et la forme (Cf. Jost, 1999, p. 79).

2. *Télé-vision* (TF1), *Ligne de mire* (France 3), *Télé-Dimanche* (Canal +), etc.

3. J.-E. MOUSTIC (Christian Borde) souligne (entretien, 5/9/2000) que son expérience professionnelle à Radio Monte Carlo et à Radio Andorre lui ont inspiré le modèle de Groland. Je remercie Nathalie Monnet de Canal+ d'avoir permis ces entretiens ainsi que tous les interlocuteurs qui ont bien voulu répondre à mes questions.
4. M. KAEL, J.-E. MOUSTIC, F. KUNTZ, *Le guide du Groland*, Michel Laffont, 1999.
5. C'est principalement dans le personnage de Francis Kuntz que s'incarne l'archétype du localier vénal et trop bien inséré dans le tissu local, dont le modèle, selon J.-E. Moustic, a été fourni par un professionnel qu'il a côtoyé, « une éternelle tache grasse sur la cravate » témoignant d'un repas que des notables venaient de lui offrir (entretien, 5/9/2000).
6. Avec une vingtaine de personnes à plein temps et une dizaine d'intermittents ce journal qui dure moins de cinq minutes bénéficie d'un effectif comparable à celui d'une rédaction réelle, tout en étant dans la réalité une petite unité de production de fiction.
7. Afin de renforcer la véracité les acteurs des reportages sont tous des non-professionnels : leur manque d'aisance, leur impossibilité à jouer, se rapprochent de ceux des témoins anonymes interviewés dans le cadre de vrais reportages.
8. Le phénomène est évidemment plus vrai dans le cas de la version régionale du journal dont la cible humoristique est beaucoup plus large (le journalisme de proximité) et moins identifiable, que c'était le cas avec l'attaque frontale du « discours CNN ».
9. Certains auteurs se défendent d'ailleurs de toute politisation de leur message pour mettre en avant la seule volonté de faire rire, d'autres revendiquent d'être « plus proches de José Bové que d'Ernest-Antoine Sellières » (président du Medef). Benoît Delépine (ancien auteur des Guignols et inventeur de la *World Compagnie*, symbole de la mondialisation capitaliste) souligne qu'un discours politique trouvait plus facilement sa place dans le cadre des Guignols.
10. La visée impérialiste de la chaîne d'Atlanta est un des éléments de son développement et Benoît Delépine rappelle qu'à l'origine, dans le contexte de l'après guerre du golfe, l'idée d'une parodie de celle-ci est venue en réaction aux informations d'une chaîne « qui avait servi de courroie de transmission au Pentagone » (entretien, 7/9/2000).
11. Cf. les critiques du journal de TF1 parues dans la presse et notre analyse dans P. Leroux, Ph. Teillet « La politique de l'apolitique », *Mots*, Politique et télévision, à paraître.
12. Les exemples de censure idéologique sont aujourd'hui relativement rares (et les contre-exemples relèvent de la maladresse), la véritable censure est en fait exercée par le marché. À propos de, *Pas vu pas pris*, on peut sans doute adhérer à l'idée (Schneidemann, 1999, p. 109-124), que l'effet de ce documentaire a été amplifié par la censure de *Canal plus* qui en avait passé commande. Il aurait probablement été banalisé dans le flot des productions programmées la même journée sur le thème « la télé, le pouvoir, la morale ».

#### RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

ASLINE, J., *La Bataille du 20 heures. 40 ans de journaux télévisés*, Acropole, 1990.

BOURDIEU, P., *Sur la télévision*, Liber-raisons d'agir, 1998.



*Le journalisme télévisé cible de la dérision : le journal de CANAL International*

- CASETTI, F., ODIN R., « De la paléo à la néo-télévision », *Communications* n° 051, 1990.
- COULOMB-GULLY, M., *Les Informations télévisées*, Puf, 1995.
- DEBORD, G., *Commentaires sur la société du spectacle*, Gallimard, 1992 (première édition 1988).
- DONN, W., MOUSTIC, J.-E., *L'Humour cathodique*, Austral, 1995.
- ECO, U., « Télévision la transparence perdue », *La guerre du faux*, Livre de poche, 1985.
- HALIMI, S., *Les Nouveaux chiens de garde*, Liber-raisons d'agir, 1998.
- HAYE, Y. de la, *Journalisme mode d'emploi, Des manières d'écrire l'actualité*, Ellug/La pensée sauvage, 1985.
- JOST, F., *Introduction à l'analyse de la télévision*, Ellipse, 1999.
- LEMIEUX, C., « Une critique sans raison ? L'approche bourdieusienne des médias et ses limites » in Lahire B. (dir.), *Le Travail sociologique de Pierre Bourdieu. Dettes et critiques*, La Découverte, 1999.
- MERCIER, A., *Le Journal télévisé*, Presses de Science po, 1996.
- MIEGE, et ALI, *Le JT. Mise en scène de l'actualité à la télévision*, INA/ Documentation française, 1986.
- SCHNEIDERMAN, D., *Du journalisme après Bourdieu*, Fayard, 1999.
- VERON, E., « Il est là, je le vois, il me parle », *Réseaux*, n° 21, 1986.