



HAL
open science

Journaux imités en régime post-moderne Du pastiche pointu au parodique généralisé Actuel, Jalons, Le Gorafi

Marie-Ève Thérénty

► To cite this version:

Marie-Ève Thérénty. Journaux imités en régime post-moderne Du pastiche pointu au parodique généralisé Actuel, Jalons, Le Gorafi. *Histoires littéraires*. revue trimestrielle consacrée à la littérature française des XIX et XXe siècles, 2022, 90, p. 67-88. hal-04474377

HAL Id: hal-04474377

<https://univ-montpellier3-paul-valery.hal.science/hal-04474377>

Submitted on 23 Feb 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Journaux imités en régime post-moderne Du pastiche pointu au parodique généralisé *Actuel, Jalons, Le Gorafi*

Marie-Ève Thérenty

Article paru dans *La Presse en trompe-l'œil. Imitations, détournements, mystifications, Histoires littéraires* n°90, avril-juin 2022, Histoires littéraires et du Léroty éditeur, p. 67-88

Durant les années 1970-1990, la presse écrite, même concurrencée par l'audiovisuel, constitue toujours un canal d'information essentiel pour les Français et la presse magazine, notamment, se caractérise par son dynamisme. Rien d'étonnant alors à ce que la période voie naître les deux entreprises les plus ambitieuses de parodisation de journaux, autour d'*Actuel* qui y voit un moteur de renouvellement de son magazine de contre-culture et du groupe Jalons sensible au filon commercial. S'agit-il du chant du cygne du phénomène dont nous tentons de restituer ici l'histoire ? Car le début du XXI^e siècle, avec l'avènement du web et des réseaux sociaux, voit la presse papier concurrencée et affaiblie. La parodie médiatique se déplace d'abord à la télévision puis logiquement arrive sur internet. En France, aujourd'hui, une entreprise parodique, *Le Gorafi*, semble assumer l'héritage de la parodie d'information mais selon une formule de parodique généralisé qui, finalement, confirme l'affaiblissement de la culture de presse. Le paradoxe est qu'alors même que nous vivons dans une culture post-moderne de la parodie (voir le succès de OS117, de la série des *Visiteurs*, des films d'Éric et Ramzy ou de ceux d'Alain Chabat, toutes entreprises culturelles « qui se pensent comme un collage de références pop, kitsch ou désuètes »¹), le déclin de la presse écrite, la judiciarisation de la parodie, le passage au numérique et la viralité des *fake news* semblent aboutir à une forme de dissolution de la forme du journal parodique.

1. Le filon des journaux imités

Actuel et Jalons ou l'ambition parodique

Deux équipes vont successivement et assez systématiquement, dans le dernier quart du vingtième siècle en France, s'attaquer à la parodie de journaux, *Actuel* entre 1974 et 1975 et Jalons à partir de la décennie suivante. Les deux projets, même s'ils diffèrent par leurs objectifs et leur idéologie, peuvent être rapprochés par leur maîtrise incontestable de la culture de presse, leur goût du canular, du calembour et de la subversion.

Le magazine *Actuel* se lance dans la parodie des journaux institués dans son numéro estival « Spécial cochon. Numéro copié » de juillet-août 1974 qui contient plusieurs pastiches. *Actuel*, depuis sa reprise en 1970 par Jean-François Bizot, s'était spécialisé dans l'exposition des grandes problématiques de la contre-culture (la musique rock, la révolution sexuelle, la drogue, la route, les communautés, la libération des femmes) et dans la diffusion des formes de la culture jeune (la bande dessinée, la science-fiction, le rock). En 1974, les enjeux ont changé. Après être devenu le porte-parole de l'*underground*, le journal constate un essoufflement de ces questions, de moins en moins subversives car largement passées dans l'espace public et le discours collectif. La parodie constituait un moyen de se renouveler en dénonçant le conformisme de journaux institués qui seraient convertis de manière superficielle et opportuniste à la révolution des mœurs. Se moquer de ces objets périodiques et répétitifs

¹ Matthieu Letourneux, « Le rire du village global à partir des années 70 », dans *L'Empire du rire*, s. dir. Matthieu Letourneux & Alain Vaillant, Paris, CNRS Éditions, p. 147.

caractéristiques de la culture de grande consommation des Trente Glorieuses devait permettre par métonymie de continuer à désigner le conformisme comme le principal péril.

La plupart des grands thèmes d'*Actuel* sont devenus l'objet d'un débat public ou d'expériences largement répandues : tout un petit monde qui fume des joints dans les salons et se prétend libéré. On a parlé de tout et de rien, mais après trop de verbiage et d'idéologie, l'utopie et l'imagination finissent par tourner à l'incantation, surtout en période de crise.

Nos idées restent les mêmes. Nous voulons simplement éviter la redite, et certains le regrettent. Foutre Dieu ! qu'ils se reportent à nos anciens numéros, ils y trouveront de quoi vider la tête de dix professeurs du Collège de France.

Ces mois-ci, à *Actuel*, alors que l'air est gris et l'atmosphère trop inquiète pour être honnête, nous voulons rire. Du mauvais goût, et de l'humour mal placé ? Ou bien un regard un peu moqueur pour redresser vos sourires aplatis par la déprime ? La parodie n'est pas un exercice neutre. Un conformisme « libéré », et « libéral » se glisse d'*Emmanuelle* au *Nouvel Observateur* pour prétendre que, malgré tout, on fait des progrès. Ce n'est pas faux, mais nous n'y sommes pas encore vraiment, croyez-nous.

Voilà pourquoi nous parodions. Plusieurs éclats de rire valent bien, pendant quelques mois, des flaques d'idéologie. A travers la parodie, nous reviendrons à l'analyse, et nous continuerons à publier plusieurs articles d'information par mois. Ce mois-ci, il s'agit de rire des libérations factices et affectées, de rappeler que baiser n'est pas faire l'amour, de retirer le faux-nez de certaines impostures.²

Au fil des numéros, les pastiches insérés à l'intérieur du magazine se multiplient : en juillet-août 1974, *Trui*, le magazine du cochon moderne (*Lui*), *Minus (Minute)*, *Libération (Libération)*, *Doux Nœud (Nous Deux)*, *Chienlit hebdo (Charlie Hebdo)*, *Rose (Rouge)*, *L'Echpresse (L'Express)*, *Salut les Malins (Salut les Copains)* ; en septembre 1974, *Télédrاما (Télérama)* ; en octobre 1974, *Cours de France (Jours de France)* ; en novembre 1974, *Le Nouveau Snobservateur (Le Nouvel Observateur)*, *Cokin information (Pékin information)* et *Enfants (Parents)* ; en décembre 1974, *Le Mambo (Le Monde)* ; en février 1975, *Elle (Elle)* ; en mars 1975, *Le Cafard enchaîné (Le Canard enchaîné)* ; en avril 1975 *Sbirou (Spirou)* ; en mai 1975, *Le Tueur français (Le Chasseur français)* et *Paris Matcho (Paris Match)* ; en juin 1975, *Tartir (Partir)* et *La Merde coloniale illustrée (Le Monde illustré)* ; en juillet-août-septembre 1975, *Je, le plus singulier des magazines* et *Le Mauvais journal* ; en octobre 1975, *L'Insurgelé, organe du mouvement pour une insurrection de l'écriture (L'Insurgé)*, et des unes imitées du *Parisien*, de *France-Soir* et de *L'Humanité*.

Fig. 1 à 4 Insérer illustrations 1 à 4

Légende : Quatre parodies proposées par *Actuel*

Toutes ces parodies sont le fruit d'une intense cogitation collective (Jean Rouzaud, membre fondateur du collectif Bazooka, nommé « faussaire en chef » dans l'ours du journal, est chargé de la partie graphique ; Patrick Rambaud et Michel-Antoine Burnier, des parodistes quasiment professionnels³, dirigent le reste de l'équipe). Ils prouvent une connaissance extrêmement précise de la culture de presse et un travail effectué aussi bien sur les maquettes que sur les textes. En octobre 1975, le magazine *Actuel* se saborde alors qu'il touche environ 60 000 lecteurs mais visiblement l'entreprise de parodisation continue alors que l'équipe

² Éditorial, *Actuel*, novembre 1974.

³ Voir par exemple Burnier et Rambaud, *Parodies*, Paris, Balland, 1977 ; Burnier et Rambaud, *Le Roland-Barthes sans peine*, Paris, Chiflet & C^{ie}, 1978 ; Michel-Antoine Burnier et Patrick Rambaud, *La Farce des choses et autres parodies*, Paris, Balland, 1982.

Commenté [DMI]: Il faudrait des légendes pour les différents lots d'images.

rédactionnelle s'est repliée à Saint-Maur dans l'hôtel particulier que Bizot aménage pour les accueillir comme une communauté⁴. Le travail de parodie fonctionne mieux en émulation, dans des petits groupements de camarades dont Daniel Grojnowski a montré en s'intéressant aux Hydropathes et aux Zutistes combien ils étaient favorables aux activités parodiques⁵. Certaines de ces parodies cultivent d'ailleurs la plaisanterie d'initiés et l'esprit potache. Le meilleur exemple en est sans doute *La Merde coloniale illustrée*, démarquage-montage de plusieurs numéros du *Monde colonial illustré* facilement repérables entre janvier 1927 et juillet 1930. À Saint-Maur, l'équipe bénéficie effectivement d'une grande bibliothèque et d'abondantes collections de journaux anciens⁶. L'article ethnologique sur les populations voltaïques dans *Le Monde colonial* devient dans la parodie une analyse des Ragoudvos du Bas-Congo et les noms imaginaires des tribus évoquent les patronymes des Actuéliens : « Les principales tribus de cette région sont : les Rogé, les Patirambo, les Anito, les Bizo et les Rouzo. Elles offrent entre elles de grandes analogies, habitent des maisons d'argile et pratiquent les mutilations labiales et dentaires »⁷. Quant à la légende initiale de cette image (« Birifor coiffé d'une calebasse, montrant dans un sourire ses dents pointues. Cette taille des incisives n'indique nullement le cannibalisme comme certains le prétendent, c'est une simple mode très répandue, et quelquefois imposée à ses membres par une confrérie religieuse »⁸), elle se transforme dans la version pastichée en un hommage moqueur au chef de la contre-culture, Jean-François Bizot : « Guerrier Bizo coiffé d'une calebasse, montrant dans un sourire ses dents pointues. Remarquez les deux cigares attachés aux oreilles à titre de décoration ». On voit le fonctionnement à plusieurs bandes de la parodie : elle dénonce le racisme latent d'une certaine presse colonialiste et en même temps elle unit par la *private joke* la communauté actuélienne.

Fig. 5 & 6 – Insérer illustrations 5 et 6

Fig. 5 Le guerrier birifor dans *Le Monde colonial illustré*, juin 1927.

Fig. 6. Le guerrier Bizo dans *La Merde coloniale illustrée*, *Actuel*, juin 1975.

Lorsque l'équipe rédactionnelle publie ses deux anthologies *Rire 1* et *Rire 2* en 1976, elle ajoute de nombreuses parodies de presse inédites, témoignant aussi d'une prolifération jubilatoire, et en grande partie désintéressée, de cette activité : *Cosmopuritan* (*Cosmopolitan*), *Internationale Situalasinusite* (*Internationale Situationniste*), *Rance-Soir* (*France-Soir*) et *Le Livaro* (*Figaro*) tenus par le même directeur Robert Purée (Robert Hersant), *Ouest-Breizh* (*Ouest-France*), *Lone-Jobart* (*Métal Hurlant*), *Hunanimité Dimanche* (*Humanité Dimanche*), deux numéros des *Vamps modernes* (*Les Temps modernes*), *Rock et Flip* (*Rock & Folk*), *Rakété* (*Karaté*), *Sports féminin* [*sic*]. Cette tradition de la parodie se perpétue encore quelque peu dans les almanachs et dans quelques numéros d'*Actuel* seconde manière où l'on trouve encore parfois des journaux insérés⁹. Mais globalement ensuite, *Actuel*, refondé en 1979, se déplace vers le journalisme *gonzo* avec ses fameuses impostures¹⁰ et devient un magazine branché très grand public.

⁴ Voir Perrine Kervran & Anaïs Kien, *Les Années Actuel. Contestations rigolardes et aventures modernes*, Paris, Le mot et le reste, 2010, p. 159.

⁵ *Aux commencements du rire moderne : l'esprit fumiste*, Paris, Corti, 1997 et *La Muse parodique*, Paris, Corti, 2009.

⁶ Voir le témoignage de Patrice Van Eersel, *L'Aventure d'Actuel telle que je l'ai vécue*, Paris, Albin Michel, 2017.

⁷ « Les Ragoudvos du Bas-Congo » dans *La Merde coloniale illustrée, Rire. Les Grandes parodies d'Actuel*, éditions du Sagittaire, 1976, p. 121.

⁸ « Promenades ethnographiques à travers nos colonies. Types et mœurs », *Le Monde colonial illustré*, juin 1927, p. 132.

⁹ Voir par exemple le faux *Quotidien du peuple* inséré dans *Actuel* (n° 125, novembre 1989), *Le Journal imaginaire de la section Jihad Joe des jeunes Saddamites de Bagdad*, *Newcook, L'Urss en destruction, L'Anticherche* dans *Actuel* (n° 138, décembre 1990).

¹⁰ Voir le volume anthologique *Toutes les impostures d'Actuel*, *Actuel* n° 1, hors série, s. d.

L'entreprise parodique du Groupe d'Intervention Culturelle Jalons présente de nombreux points communs avec la précédente et notamment celui d'être due à l'initiative d'une bande de jeunes gens, réunis par une envie potache. Si l'on reprend l'histoire du groupe sans doute largement mythographiée¹¹, Bruno Tellenne (dit Basile de Koch), ses frères Éric (Raoul Rabut), Marc (dit Karl Zéro) et Olivier (« le raté de la famille ») ont fondé à la fin des années 70 une Fédération Nationale des Comités Nuls (FNCN) dont les premières interventions consistaient en des canulars (tractages absurdes, manifestations décalées avec slogans humoristiques ou tautologiques). Le mouvement, dont plusieurs membres ont, à l'instar de Basile de Koch et de sa future épouse, Frigide Barjot, fait des études de sciences politiques, est structuré par branches en fonction des orientations idéologiques des uns et des autres, « Socialisme et barbarie », « Nazisme et dialogue », « Restauration rapide », « Vers de terre ». Au début des années 80, ils se dotent d'un fanzine, *Jalons, mensuel sensuel* dont le titre finit par désigner leur mouvement. Le 13 janvier 1985, le groupe jusque-là plutôt confidentiel a les honneurs de la presse lorsqu'il organise une manifestation contre l'hiver au métro Glacière aux cris de « Verglas assassin, Mitterrand complice ». Le 1^{er} avril 1985 sort en kiosque pour 20 francs leur première grande parodie, *Le Monstre*, qui peint le grand quotidien du soir en organe ennuyeux de parti-pris gouvernemental et qui leur aurait coûté, selon Basile de Koch, une année entière de travail¹².

Le *greatest hit*, c'est *Le Monstre*. Basile de Koch et ses amis sciences-potards ont des années de lecture journalière et névrotique du quotidien de la rue des Italiens derrière eux – l'impression de l'avoir déjà lu avant de le lire. De Sciences-Po, ils ont aussi appris la rhétorique de la III^e République et le balancement circonspect. *Le Monstre* est leur cheval de Troie pour rentrer au cœur de la bête, dans le haut lieu de reproduction des supposées élites de la nation.¹³

Si l'objectif avoué de la parodie est « d'exp(loser) en public la prétention avec laquelle ce monstre de mauvaise foi prétend dire le droit sur tout au nom de la seule autorité de la chose préjugée – et sans jamais oublier de “faire chiant” pour plus de crédibilité »¹⁴, un autre enjeu, plus implicite, est la réussite commerciale. Signe du parisianisme de l'entreprise, elle est lancée grâce à un cocktail au Café Costes aux Halles.

Leur deuxième pastiche, *Laberration*, tiré à près de cent mille exemplaires, paraît en kiosque le 28 juin 1985 et selon Basile de Koch, *Libération* l'aurait menacé d'un procès avant de se résigner et de rendre compte, par l'intermédiaire de son service Culture, favorablement de l'entreprise. Comme pour *Le Monde*, c'est un numéro entier (maquette, rubricage, textes) qui a été parodié. Les initiatives se multiplient ensuite : *Le Clébard déchaîné* (*Le Canard enchaîné*) en juin 1986, *Franche Démence* (*France-Dimanche*) en juillet 1986, *France-Poir* (*France-Soir*) en juillet 1986, *Le Bigaro* (*Le Figaro*) à l'été 1986, *Lougarou Magazine* (*Le Figaro Magazine*) en février 1987, *Le Figararo* en juillet 1993, *Le Cafard acharné* (*Le Canard enchaîné*) en février-mars 1994... Le groupe Jalons évolue ensuite, face à ce qu'il diagnostique comme une dépolitisation de la société, vers la parodie de journaux *people* : *Voiri* (*Voici*) en avril 1996, *Pourri Moche* (*Paris-Match*) en mars 1999 et ils s'inspirent à la veille de l'Euro de football, en juin 2000 avec *L'Épique* de *L'Équipe*. Mais déjà l'épopée de Jalons est, à côté de quelques succès, l'histoire de déconvenues. En témoignent la parodie de *L'Obs* commandée par Franz-Olivier Giesbert pour un encart dans l'hebdomadaire et finalement rejetée par Jean Daniel qui aurait mis sa démission dans la balance¹⁵, les neuf ans de procès, nous y reviendrons, qui vont opposer le journal *Entrevue* et Basile de Koch à la suite de la parution de *Fientrevue*,

¹¹ Basile de Koch, *Les Pastiches de Jalons*, Paris, Le Cerf, 2015, p. 7.

¹² *Ibid.*, p. 13.

¹³ Ariane Chemin, *La Promo. Sciences Po 86*, Paris, Stock, 2007, p. 79.

¹⁴ Basile de Koch, *op. cit.*, p. 13.

¹⁵ *Le Figaro*, 24 décembre 2015.

ou les deux échecs du pastiche de *Que Choisir*. Quoiqu'il en soit, les pastiches sont assez nombreux pour nourrir une riche anthologie commentée parue aux éditions du Cerf en 2015.

Commenté [DM2]: Pas de point d'interrogation ? Non, il n'y a pas de point d'interrogation à ce magazine

Fig. 7 – Illustration 7

Le Lougarou Magazine, parodie du Figaro Magazine, février 1987

Si Jalons revendique, comme *Actuel*, l'héritage de Paul Reboux et Charles Müller, il est surtout évident, malgré les dénégations de Basile de Koch¹⁶, que son groupe s'est inspiré des Actuéliens. Karl Zéro a d'ailleurs fait partie de l'équipe branchée du second *Actuel* et il a reconnu avoir beaucoup appris auprès de Bizot¹⁷. Sur le choix de certains titres (*Le Cafard acharné*, *Qui choisit*), Jalons frise même le plagiat de ses aînés (un comble pour une parodie).

Commenté [DM3]: Pas la même chose que « Que Choisir » de la page précédente ? Si, Qui choisir est la parodie de Que choisir. Ne rien changer donc

Fonctionnement de la machinerie parodique

Les deux entreprises se ressemblent d'abord par leur volonté de proposer des pastiches totaux et uniques. Ces journaux, conçus de manière collective et souvent exhaustive (sur le principe de la reproduction totale du numéro), étaient pensés comme des singletons (à la différence du *Gorafi* qui fonctionne sur la durée et en intégrant la périodicité). On peut donc observer ces journaux comme un ensemble pour analyser la manière dont fonctionnait le processus parodique.

Un des moments stratégiques du journal, comme de toute œuvre parodique, réside en son seuil. Dans le cas du journal ou du magazine, l'espace-clé du pacte parodique se trouve dans le bandeau-titre où doivent se manifester de manière indubitable les signes de la parodicité, pour reprendre la notion proposée par Catherine Dousteyssier-Khoze¹⁸ et les clés de lecture du texte. Pour Jalons, dont le fonctionnement repose généralement sur une proposition hyperbolique exagérant le réel (*Le Monde* est ennuyeux, *Le Figaro Magazine* est proche de l'extrême-droite...), le titre, souvent un calembour, se suffit généralement à lui-même. Pour *Actuel*, qui complexifie la plupart du temps sa parodie, soit qu'elle fonctionne sur le principe de l'antithèse – *Le Mambo* (parodie de *Monde*) est follement gai, *Minus* (parodie de *Minute*) voit un monde inversé où les vieux rackettent les plus jeunes ; *Cosmopuritan* (parodie de *Cosmopolitan*) propose un régime pour faire grossir et des méthodes pour réussir à débronzer –, soit sur la double cible/double lecture – *Salut les Malins* raconte la camaraderie des philosophes de Saint-Germain-des-Prés et donc vise à la fois le journal frivole de jeunes (*Salut les Copains*) et la sociabilité médiatisée des existentialistes) ou sur une lecture complexe (Comme *France-Soir/Rance-Soir* et tous les journaux du groupe Hersant donnent toujours la même purée à leurs lecteurs, l'ensemble du journal parlera de pommes de terre) –, la couverture ou le bandeau doivent véhiculer plusieurs types d'information comme en témoignent ces bandeaux, manchettes et oreilles de *Rance-Soir* et du *Livaro* qui, en plus, se font écho autour de la presse purée/presse Hersant. Même si on admire le démarquage de la citation de Beaumarchais à la une du *Figaro*, il faut reconnaître que la manière d'*Actuel*, plus chargée, nécessite sans doute un lecteur plus averti et impliqué.

Fig. 9 & 10 – Illustrations 9 et 10 des deux bandeaux

Légende figure 9 : Bandeau de Livaro, le pastiche du Figaro, 1976

¹⁶ « Les parodies d'*Actuel*, par ailleurs excellentes, ne consacraient à chaque titre que trois ou quatre pages... Pas sérieux ! », *op. cit.*, p. 12.

¹⁷ « Le maestro maintenant. Jean-François Bizot, c'est le cran au-dessus. C'est le "taulier" de l'époque. Des années 80, et de ma jeunesse. Je lui dois énormément, il m'a tant appris » (Karl Zéro, *Balance tout*, Paris, Éditions Télémaque, 2019, p. 37).

¹⁸ Catherine Dousteyssier-Khoze, « De la parodicité : l'exemple naturaliste », dans *Poétiques de la parodie et du pastiche de 1850 à nos jours*, s. dir. Catherine Dousteyssier-Khoze et Floriane Place-Verghnes, Bern, Peter Lang, 2006, p. 68-69.

Légende figure 10 : Bandeau de *Rance-Soir*, le pastiche de *France-Soir*, 1976

Quant à la façon de Jalons, plus fondée sur le grossissement, elle est parfois glaçante comme le montre un article du *Lougarou magazine* intitulé « Nos épagneuls seront-ils encore bretons dans trente ans », qui traite de la perte de pedigree des épagneuls exactement comme de celle de la race aryenne par la propagande nazie : « Tous les chiens d'étranger devront arborer un tatouage jaune bien visible entre les oreilles. Ce signe les distinguera des épagneuls vraiment bretons pur souche. Tout chien non tatoué sera sacrifié (frais de capture et de gazage à la charge du maître) »¹⁹.

Ces journaux parodiques adoptent ensuite le chemin de fer de leur journal de référence parfois en décalant les titres de rubrique en miroir avec l'objet et le titre du journal et en dévoyant systématiquement aussi les signatures des journalistes célèbres qui font l'objet d'un détournement onomastique, proche du mauvais calembour. Dans *Le Cafard acharné*, la mare aux canards du *Canard enchaîné* devient la foire aux cafards et les « prises de bec » des « prises de mandibule ». Dans *Le Monde/Le Mambo*, Hubert Beuve-Méry s'égaie en Hubert Beuve-Maisrit. Kiraz, le créateur des parisiennes dans *Jours de France* est transformé en Kirase dans *Cours de France*.

Fig. 11 – Illustration Kirase-color

Kirase-color, un dessin parodique dans *Cours de France*, octobre 1974

Qu'elle soit fondée sur le principe de l'hyperbole (plutôt Jalons) ou de l'antiphrase (plutôt *Actuel*), la parodie de journal développe une version contrefactuelle de l'actualité. Il faut reconnaître un degré de fantaisie supplémentaire chez *Actuel*, toujours en volonté de développer une version bouffe du réel. Il utilise la fiction et l'exagération, pour pousser à bout telle opinion, pour en faire ressortir le côté absurde avec une certaine mauvaise foi. Dans *Cokin information*, parodie d'une feuille officielle communiste chinoise, absolument tous les articles parlent de sexualité et célèbrent un régime contrefactuel qui encouragerait la copulation à tout va. L'article « Avançons dans la large voie de la pénétration de masse » fait état de résistants abstinents simulateurs :

De toutes parts et sur toute la ligne, les masses révolutionnaires ont mis les traîtres en déroute. Mais il faut plus que jamais redoubler de vigilance : certains tenants de la ligne Pong recourent à de nouveaux subterfuges : ils soutiennent la ligne Ping en paroles, mais restent fidèles à la ligne Pong dans leurs actes. La nuit, ils gloussent et ahanent pour donner le change, mais au matin, leurs draps restent secs et immaculés. Ils pincent les fesses des ouvrières et des paysannes, mais se lavent la main aussitôt après. Ils font semblant de lire des ouvrages du président Mao comme « De la pénétration » ou de « De la juste introduction du zizi au sein du zigougou » mais sous ces couvertures se cachent les « Pensées de Pascal » et autres ouvrages débandants du même acabit.²⁰

S'ajoute à une volonté d'attaquer les débordements du régime communiste une envie de consolider le groupe des rieurs autour des valeurs partagées d'*Actuel* (le sexe libre, etc.). C'est le même principe qui fait d'*Enfants* un magazine qui propose des *sex toys* pour bébés. Le journal parodique croise une ambition satirique et une visée communautaire.

En dépit du fonctionnement comparable de la parodie, les deux entreprises diffèrent par leur idéologie et posent la question du positionnement de l'humour sur la grille idéologique.

¹⁹ *Les Meilleures parodies de Jalons*, op. cit., p. 84.

²⁰ « Avançons dans la large voie de la pénétration de masse. Éditorial du "Renmin Riwao", du "Ko-chong" et du "Li-Pompneu-wao" », *Cokin Information*, n° 41, *Rire*, Paris, Éditions du Sagittaire, 1976, p. 115.

Basile de Koch a travaillé au début des années quatre-vingt au sein du groupe de réflexion d'extrême-droite, Le Club de l'horloge, et il a été plume de Charles Pasqua en 1986. Frigide Barjot a été l'égérie de la Manif pour tous. De manière peu surprenante, Jalons a donc des difficultés à s'entendre avec le groupe SOS Racisme au moment de la parodie commune du *Lougarou Magazine/Figaro Magazine* et surtout il fait état de la suspicion constante à l'égard de son entreprise notamment de la part de la presse de gauche : « Oui, c'est la fameuse phrase » : « Ils font semblant d'avoir de l'humour, mais en fait ils sont de droite ! »²¹. Ariane Chemin, journaliste au *Monde*, écrit quant à elle : « Derrière les rires, on devine un puissant esprit antieuropéen, des souffles d'antiaméricanisme et la certitude, jamais affichée mais souvent mal partagée, que l'ironie et la dérision sont parfois de bons moyens d'euphémiser des propos pas très présentables en VO »²². Les commentateurs contemporains, notamment réformateurs, lient le « vrai » humour à la gauche, comme si la veine du *Crapouillot* et du *Canard enchaîné* était absolument hégémonique dans l'histoire et le paysage satirique français. Il faut pourtant reconnaître qu'il existe une tradition de droite extrêmement forte, qui prédominait largement dans la presse satirique des années trente²³ et qui s'illustrait par des cibles souvent homosexuelles ou féminines ou racisées. Cela rejoint une tentation que l'on ne peut occulter des journaux parodiques. Journaux des envers, à la démarche masquée, ils se placent parfois du côté des opinions rétrogrades, voire des démarches douteuses, xénophobes, misogynes ou racistes, comme en témoigne dans *Le Monstre* cette parodie de dépêche de presse qui emprunte aussi aux réclames pour marabouts distribuées dans les boîtes aux lettres.

Le président de la République du Bankal, le Dr Boum-Boum, membre de l'ordre des marabouts, a été reçu pendant dix minutes par François Mitterrand dans le cadre de sa première visite en France.

De l'avis même de ce dernier, l'entretien s'est déroulé dans une atmosphère cordiale et bon enfant. À sa sortie de l'Élysée, le Président Boum-Boum récemment arrivé d'Afrique et originaire de la forêt Sacrée, a déclaré être en mesure de résoudre tous les problèmes, même les cas désespérés, travail, argent, amour entre hommes et femmes, chance au loto, tiercé.

Après avoir laissé sa carte aux quelques journalistes présents, le Président Boum-Boum est allé visiter la Tour Eiffel (AFP).²⁴

Le journal parodique se donne à lire comme un texte critique qui démythifie autant le modèle journalistique que les objets de discours que ce dernier met en mots et en pages. Dans la parodie de journal, le dit disparaît souvent derrière un discours formaté qui permet de dénoncer l'illusion d'un discours journalistique authentique. Tout le dispositif du journal, depuis son agencement typographique jusqu'à sa logique de médium en passant par la poétique des rubriques et le système général d'information qui l'encadre, se retrouve mis à nu dans la parodie de journal. La contrefaçon tend à devenir comme le patron paradigmatique, absolu et définitif de l'objet même qu'elle contrefait. Étant l'envers de l'envers, elle devient la matrice. Il est ainsi assez révélateur de lire un article dans *Laberration* en juin 1985 sur l'affaire Villemin (« Coup de théâtre dans l'affaire Villemin. Selon les derniers événements de l'enquête le mystérieux Corbeau et l'enfant assassiné ne feraient qu'un ») qui non seulement précède de quelques semaines le « Sublime, forcément sublime Christine V. » de Marguerite Duras²⁵ mais qui en constitue une version édulcorée. Comme si la parodie finissait par avoir une prescience

²¹ Julien Damon, « Basile de Koch, "Notre guérilla à nous, c'est Jalons" », *Le Point*, 12 novembre 2015.

²² Ariane Chemin, *La Promo*, op. cit., p. 79-80.

²³ Voir *Coups de griffes et prises de bec : la satire dans la presse des années trente*, s. dir. Amélie Chabrier et Marie-Astrid Charlier, Bruxelles, Les Impressions nouvelles, 2018.

²⁴ « Le président Boum-Boum en visite officielle en France », *Le Monstre. Les meilleures parodies de Jalons*, op. cit., p. 19.

²⁵ « Sublime, forcément sublime Christine V », *Libération*, 17 juillet 1985.

des débordements médiatiques de l'original. Et d'ailleurs Jalons et *Actuel* présentent systématiquement dans leur imitation le journal original comme une parodie :

Le « *Mambo* » parodié par *Actuel*

Une parodie du *Mambo*. Le mensuel underground *Actuel* a eu l'étrange idée de faire une parodie sinistre du *Mambo*, dans son dernier numéro de décembre 1974. Catastrophes, grèves, pénuries, famines, parti socialiste, impuissance des syndicats et du gouvernement à enrayer la crise, etc, sont les sujets traités dans ce faux numéro du *Mambo*.²⁶

Rien d'étonnant donc, devant le pessimisme médiatique que contient la parodie, à ce que pour *Actuel*, la profusion de parodies coïncide avec le sabordage du magazine. Quant à Jalons, son nihilisme ne l'a jamais conduit à envisager sérieusement de lancer un journal. Mais l'entreprise systématique de parodisation des journaux a dû aussi cesser, du fait de leur judiciarisation qui n'est pas d'ailleurs sans poser question, voire problème. Jalons est condamné en 2005 pour contrefaçon à payer 4500 euros (contre le million d'euros de dommages et intérêts réclamé par le magazine *Entrevues* adossé au groupe Hachette) pour un numéro de *Fientrevues* paru en 2003. Le tribunal a considéré que le groupe Jalons n'avait pas respecté les dispositions du code de la propriété intellectuelle en exploitant les « dessins et modèles » d'une couverture type du magazine *Entrevue* qui avait été déposée. Au moment de la parution du numéro en 2003, pourtant, le tribunal correctionnel de Nanterre avait rappelé que, selon le code de la propriété intellectuelle, « l'auteur d'une œuvre ne peut interdire la parodie, le pastiche et la caricature [...], exception fondée sur la liberté d'expression, principe à valeur constitutionnelle ». Même si la cour d'appel statue en 2012 et caractérise finalement *Fientrevues* comme une parodie, acquittant Jalons de toute accusation de contrefaçon, l'ensemble fonctionne comme un sérieux avertissement et aussi comme une limite questionnable de la liberté de la presse.

2. Conversion médiatique du journal parodique

Est-on devant la disparition de cette tradition comme le montrent les remarques d'un (jeune) journaliste de *Libération* considérant ces objets visiblement comme des originalités historiques ?

Différence d'âge oblige, on n'a pas connu Basile de Koch du temps de sa splendeur, quand les branchés parisiens étaient plus people provocés que réacs rances, tout comme on n'a jamais connu les soirées au Palace ni les journaux qui se vendent, et encore moins les parodies de journaux qui se vendent. Basile de Koch est un troll préhistorique de cette époque.²⁷

Le transfert du journal parodique vers la télévision

Ce diagnostic de péremption est confirmé par Basile de Koch lui-même au moment de la sortie de l'anthologie de parodies en 2015 : « La marque de Jalons, c'est d'abord l'écrit ; or la presse écrite connaît des heures difficiles et nous autres, à Jalons, on n'est pas non plus du genre à s'acharner »²⁸. Dans une autre interview donnée au *Figaro*, Basile de Koch avance que la référence incontournable en matière d'information n'est plus *Le Monde* mais *Le Petit Journal* de Canal +. Il confirme ce que prévoyait l'éditorialiste en 1976 de *Rire 2*, sans doute Jean-François Bizot, qui envisageait un journal parodique télévisuel :

²⁶ *Rire*, op. cit., p. 43.

²⁷ Guillaume Gendron, « Basile de Koch, branchouille de bénitier », *Libération*, 5 janvier 2016

²⁸ Julien Darmon, art. cit.

Nous rêvons donc, en guise de troisième album, d'occuper un jour, avec quelques amis, les studios de télévision. Un faux journal de 20 heures, tout un jour d'émissions parodiques, des reportages en dessins animés, des enquêtes bidon effectuées avec le plus grand sérieux, oui, oui, oui !²⁹

C'est effectivement vers la télévision et notamment vers Canal + dans les années 80 et plus encore 90 que se sont orientés toute une série de journalistes formés à *Actuel* : Karl Zéro, Édouard Baer, Philippe Vandel, Ariel Wizman... Plusieurs émissions à succès de la chaîne cryptée sont en partie ou totalement des conversions à la télévision du journal parodique : le *Journal télévisé nul* (1987-1988), *Le Vrai Journal* (1996-2006), *Le Petit Journal* (2004-2017), et surtout l'émission *Groland* (depuis 1992) mobilisent toutes, à plus ou moins de degré, la parodie d'information. Le *Journal télévisé des nuls* ne se démarquait pas au premier abord des journaux télévisés sérieux (présentateurs en costume, bureaux avec téléphones et micros, et commentaires *en off* d'images d'actualité) mais le rire était suscité notamment par le décalage des commentaires. Dans *Groland*, on peut trouver plusieurs chaînes (NRV 12, CHuître, 13° Grue, Chierie 25...) dont les titres rappellent autant le paysage audiovisuel français que l'anthologie des journaux parodiés d'*Actuel*. Plus largement, l'humour de ces entreprises paraît plus fondé sur la parodie que sur la satire. Si l'on voulait être critique, on rappellerait avec Matthieu Letourneux et Fredric Jameson, l'analyste du capitaliste tardif, comment « la logique consumériste du capitalisme tardif favorise pastiche et parodie, parce qu'il s'en tient à une esthétique maniériste sans portée satirique, qui épouse la logique sérielle de consommation (et son fétichisme du style), et en reste à une logique de divertissement »³⁰. Le reprenneur de Canal +, Vincent Bolloré, a largement écarté de sa chaîne ces émissions décalées, témoignant d'une forme de mise sous surveillance inquiétante d'un humour pourtant finalement peu corrosif.

Le Gorafi ou la version numérique et démocratique du journal parodique

L'avènement d'internet a entraîné un changement d'échelle considérable dans la diffusion de ce rire parodique. *Le Gorafi* est aujourd'hui un site d'information parodique³¹ né de l'initiative en 2012 de Sébastien Liébus, bientôt rejoint par l'humoriste Pablo Mira. Jamais une entreprise écrite de journal parodique n'a été si suivie en France. Le compte Facebook du *Gorafi* compte 1 400 000 abonnés. Les nouvelles y sont anonymes, signées de la rédaction qui insiste sur ce point : « Quand on crée un univers comme le *Gorafi*, on ne se met pas en avant : la star, c'est le site ». *Le Gorafi* est devenu une marque, avec ses objets dérivés et ses anthologies. Il a été transposé sous la forme d'une pastille humoristique de Pablo Mira dans *Le Grand Journal* de Canal + en 2014-2015. Le site se décline également aujourd'hui à l'aide d'un fil Twitter et d'un compte Instagram qui, avec l'appel des titres, renvoient aux articles du site. Sébastien Liébus revendique une double filiation, le site parodique américain *The Onion* d'un côté et de l'autre la volonté de pasticher « *Le Figaro*, qui était en pleine fièvre sarkozyste »³². Sur le site actuel (www.legorafi.fr), la chronique « À propos » renvoie même à la tradition du petit journal à épigramme du XIX^e siècle qui paraît finalement être, autant que le quotidien conservateur contemporain, la source du journal³³.

Le Gorafi est né après un conflit d'intérêts avec les créateurs du *Figaro* en 1826.

²⁹ *Rire 2, Les grandes parodies d'Actuel*, Paris, Éditions du Sagittaire, 1976, p. 1.

³⁰ Voir Matthieu Letourneux, *art. cit.*, p. 146-147.

³¹ Pour une analyse du site, nous renvoyons à Laurence Leveueur, « Tweets et humour : le cas du *Gorafi* », *Mise au point*, n° 9, 2017. [En ligne], URL : <http://journals.openedition.org/map/2293>.

³² Julien Rousset, « Qui se cache derrière *Le Gorafi* ? », *Sud-Ouest*, 27 novembre 2017.

³³ Précisons cependant que Sébastien Liébus, lors de l'entretien qu'il nous a accordé, a affirmé être désolé de ne pas connaître le petit *Figaro* de 1826.

Jean-René Buisnière, journaliste dyslexique, tente alors de créer son propre journal, transformant *Le Figaro* en *Le Garofi*. Mais, dyslexique, il écrit « Gorafi ». La faute est restée et est entrée dans l'Histoire.

Le Gorafi se veut impartial et irréprochable.

Tous les articles relatés ici sont faux (jusqu'à preuve du contraire) et rédigés dans un but humoristique. L'utilisation de noms de personnalités ou d'entreprises est ici à but purement satirique.

Mais il faut bien admettre que rien, dans le maquettage actuel, ne garde trace de cette source, ni de celle du journal de droite contemporain. Liébus précise que « très vite, nous nous sommes orientés vers une parodie de l'ensemble des médias »³⁴. Effectivement plus que d'un média particulier, c'est de la croyance dans les médias et dans leur rhétorique que se moque *Le Gorafi* en présentant des énoncés absurdes comme vrais. Le site fait un énorme travail notamment sur la forme brève des titres et sur la typographie. « On s'appuie sur la musicalité du titre de presse, c'est pour ça que ça marche. L'aspect pompeux et les majuscules à chaque mot permettent ensuite d'écraser la blague : vous devez relire le titre avant de vous rendre compte que c'est une blague, c'est aussi ça qui fait notre succès »³⁵. L'idée est de détourner non seulement les codes de la presse (par exemple la dépêche de dernière minute : « Les locaux du Petit Robert encerclés par les forces de l'ordre, la rédaction refuse toujours de revenir sur l'introduction du « iel » dans son dictionnaire. Gérald Darmanin annonce se rendre sur place » ou la rubrique horoscope « Bélier, vous refuserez d'aller déjeuner dans un restaurant chinois de peur d'attraper le coronavirus. Sachez que c'est très raciste et que nous en toucherons deux mots aux autorités »³⁶) mais aussi ceux du web³⁷. Les codes brefs de Twitter semblent particulièrement adaptés pour une lecture qui peut se réduire au titre de l'article, déjà immédiatement pensé pour être drôle³⁸. Ces formes brèves renvoient à toute une tradition historique du rire, des épigrammes du *Figaro*, aux légendes du *Charivari* en passant par les titres calembouresques de *Libération*. *Le Gorafi* semble développer sa connivence avec son lectorat à l'articulation entre le philosophique et le politique (rien d'étonnant à ce que *L'Os à Moelle* soit un de ses modèles). Une partie des nouvelles semble en effet s'adresser à des accros de l'actualité, maîtrisant bien les codes notamment du champ politique, un peu bobo et votant quand même effectivement plutôt à gauche. Il s'agit d'un humour qui prend le risque d'une péremption rapide :

Valérie Pécresse : « être Français, c'est mettre le lait avant les céréales dans son bol »

Manuel Valls annonce son ralliement au futur Président de la république

D'autres énoncés construits sur le même schéma, mais plus généraux, satirisent sur le quotidien. Sébastien Liébus dans une interview parle « d'absurdité plus quotidienne, plus terre à terre »³⁹.

Les chats annoncent officiellement qu'ils vont enfin choisir s'ils veulent rentrer ou sortir.

Nouvelle polémique autour des 364 jours de chômage du Père Noël.

Il se lance le défi de vivre un an sans respirer et meurt violemment au bout d'une minute 20.

³⁴ *Ibid.*

³⁵ « Sébastien Liébus, cofondateur du *Gorafi*, "L'humour, c'est sérieux" », *Les Échos*, lundi 1^{er} avril 2019.

³⁶ *Le Gorafi*, 27 janvier 2020.

³⁷ Laurence Leveneur, *art. cit.*

³⁸ Sur ce point, je renvoie à la mise au point de Sébastien Liébus dans l'entretien qu'il nous a accordé.

³⁹ Benjamin Ferrari, « Même pour *Le Gorafi*, Donald Trump a été très difficile à cerner », *Huffpost*, 19 janvier 2021.

Fake news et journaux parodiques

Le problème vient aujourd'hui de la confusion qui s'opère entre ces énoncés parodiques et de vraies fausses informations, à l'heure de la propagation des *fake news*. Les indices de la parodie ne sont pas toujours compris et décodés. Il faut bien comprendre que le cas des personnalités politiques et médiatiques et des anonymes qui, de bonne foi, régulièrement, relaient et commentent, comme des faits, les fausses nouvelles du *Gorafi*, n'est pas problématique. Car ce relais constitue effectivement une joie supplémentaire pour les observateurs. Ainsi des téléspectateurs de France 2 se sont vraiment indignés qu'on ait retrouvé un candidat de Fort Boyard oublié dans une cellule pendant sept ans. La presse italienne a vraiment cru que 89 % des Français pensaient que le clitoris est un modèle de Toyota. Parodie et mystification font bon ménage. Le plus drôle finalement avec le *Gorafi*, paraît être quand une nouvelle invraisemblable est relayée avec aplomb par une célébrité naïve. Ainsi de Christine Boutin s'indignant en direct sur BFM TV que le gouvernement à propos du report de la loi sur la famille suggère d'utiliser la formule « stratégie provisoire d'avancement à potentialité différée ». L'expression venait du compte Twitter du *Gorafi*.

Mais cette absence de détection de la parodie pose problème quand elle concerne des sujets collectifs, sensibles et qu'elle est entraînée par une volonté médiatique de tromper ou de jouer l'ambiguïté, comme le montre l'affaire de l'émission parodique *Tout cela ne nous rendra pas la Belgique*. Une étude⁴⁰ très riche de cette émission-canular diffusée en 2006 à la télévision belge et qui annonçait, en respectant le protocole d'un flash spécial d'information, la scission de la Flandre a montré que le rire ne se produit pas, pour le récepteur qui ne détecte pas immédiatement la parodie. La nouvelle présentée par le journal télévisé étant vraisemblable, beaucoup de lecteurs se sont fourvoyés et de nombreux procès d'intention ont été faits ensuite au réalisateur de l'émission, accusé d'avoir propagé sciemment une fausse nouvelle.

Sur internet, certaines informations de sites parodiques comme Nordpresse ou *Le Journal de l'Élysée*, qui, en apparence, fonctionnent sur le même principe que *Le Gorafi*, sont fréquemment reprises sans source par des relais d'extrême droite. Le directeur repentini de Nordpresse, Vincent Flibustier, n'a pas caché que son site attisait fréquemment la machine à cliquer en jouant sur le biais de confirmation, c'est-à-dire en produisant volontairement des informations susceptibles d'être relayées par des récepteurs n'ayant pas compris ou ne voulant pas comprendre l'intention satirique. Le principe est maintenant bien connu : il s'agit de publier le maximum de contenus sur des sujets potentiellement viraux, de tirer profit des techniques d'optimisation pour les moteurs de recherche afin d'engendrer du trafic et d'augmenter les ressources publicitaires. C'est l'économie du « piège à clics ». Dans cet univers, pour remporter la mise, appel à l'émotion et sensationnalisme font la loi. Deux articles ont été ainsi particulièrement relayés comme vrais, celui qui prétend qu'un « condamné à mort cannibale et pédophile a demandé un enfant comme dernier repas au Texas » et dans un registre plus politique celui qui a prétendu que « Benalla avait les codes nucléaires », information finalement démentie sous une forme plaisante par Emmanuel Macron lui-même. A la différence d'autres sites, *Le Gorafi* n'a pas pour intention d'induire en erreur (il produit des nouvelles *false* et non pas *fake*) mais il est parfois la victime collatérale d'un manque de compréhension d'un fonctionnement parodique tellement généralisé qu'il finit par se diluer.

*
* *

⁴⁰ *Le Vrai faux journal de la RTBF*, s. dir. Marc Lits, Bruxelles, Éditions couleur livre ASBL, 2008.

On soulignera en conclusion que, dans l'entretien accordé à *Histoires littéraires*, Sébastien Liébus a finalement récusé, malgré son positionnement par rapport au *Figaro*, malgré sa culture médiatique, malgré le rôle de Canal dans la formation de son humour, que les médias soient une cible pour *Le Gorafi*.

On ne cible pas les médias, on joue avec, on joue avec la rhétorique, mais ce n'est pas pour autant qu'on en fait des cibles. Parfois on va critiquer les médias dans leur manière de faire, par exemple le traitement d'un évènement par une chaîne d'info en continu. Mais il n'y a strictement aucune volonté de critiquer ou taper les médias à la base, jamais. On joue à être un média oui, mais il n'y a aucune volonté de cibler les médias.

D'une manière plus générale, Liébus préfère parler d'entreprise satirique plutôt que parodique comme si la parodie des médias (presse écrite et web) était devenue plus un moyen qu'une fin. Ces éléments attestent au moment de l'affaiblissement de la presse écrite d'une forme d'aveuglement à une culture médiatique tellement domestiquée qu'elle en devient invisible, le recours à ce creuset permettant de manifester une sorte d'érudition ludique, un rire *geek* organisé autour d'une culture journalistique kitsch, désuète et élitiste.