

L'INNOVATION DANS LES MÉDIAS : L'IMAGE SATIRIQUE DE LA TÉLÉVISION:

Article extrait de la revue *Recherches contemporaines*, n° spé. "Image satirique", 1998

Hélène DUCCINI

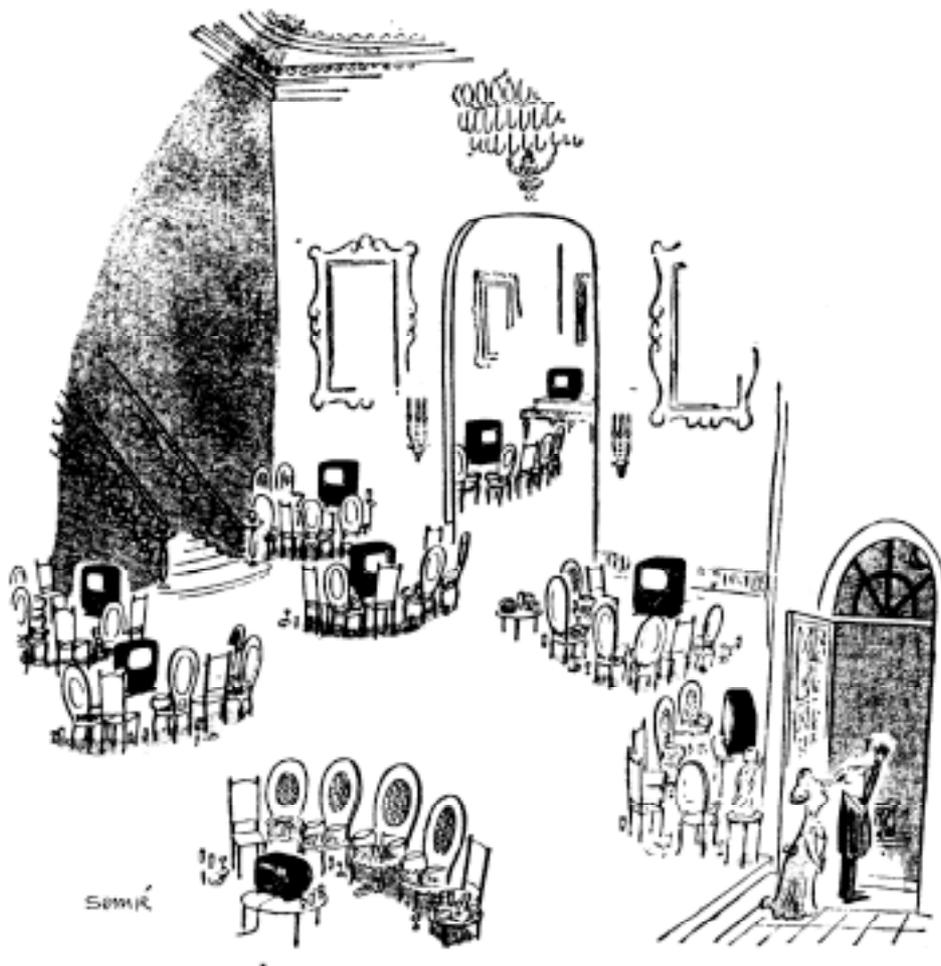
La télévision à ses débuts, dans les années 1950, existait plus comme procédé technique de communication que comme pratique sociale, réservée qu'elle était à une petite minorité de privilégiés capables d'acheter un récepteur. Les journalistes qui participaient à l'équipe du journal télévisé, créé par Pierre Sabbagh en juin 1949, avaient le sentiment de se trouver sur le média pauvre en comparant leur situation à celle des hommes de radio. Georges de Caunes dit même qu'il saluait *le* téléspectateur, au singulier, et *les* directeurs, au pluriel, dont il était sûr qu'eux, au moins, étaient devant leur poste¹. Il faut attendre le choc de la retransmission en direct, en 1953, du couronnement de la reine d'Angleterre, Élisabeth II, pour provoquer un engouement pour le nouveau média. Dans ces conditions, le dessin d'humour, qui ne peut jouer que sur des valeurs, des informations, des objets partagés par les auteurs de caricature et leur public, n'a commencé à prendre la télévision pour cible qu'à la fin des années cinquante et au début des années soixante.

Pratique sociale

Le dessin satirique s'est d'abord attaqué à la télévision en tant que pratique sociale désocialisante, en ce sens que le téléspectateur est un solitaire. Le temps consacré à la télévision mord sur des activités de loisirs autrefois partagées avec d'autres dans des clubs ou des associations. Le dessin de Sempé qui met en scène un salon où la maîtresse de maison a constitué des tables de

1. Interview du 14 octobre 1996 sur A2.

télespectateurs de six personnes est très significatif¹ (fig. 1). La télévision est une innovation qui fascine, mais, en même temps, elle "tue la conversation", alors que l'échange est en principe le but d'une réception. Cette critique de l'usage de la télévision comme instrument d'une communication à distance, avec des anonymes ou des commentateurs à tous égards lointains, qui vous séparent de vos proches et renforcent, en fait, la solitude de chacun, est encore un thème actuel, même si la télévision est le plus souvent "consommée" en famille ou avec des amis, ce qui implique un partage de commentaires et d'émotions interdit dans la salle de cinéma.



– Je trouve que notre soirée a été très réussie...

Fig. 1. – Sempé, *L'Express*, 17 septembre 1959.

1. Sempé, *L'Express*, 17 septembre 1959.

En revanche, la télévision peut être un remède à la solitude, une famille de rechange pour les personnes âgées, ici dans le dessin de Wolinski¹ (fig. 2), ou pour les enfants, au retour de l'école, quand les parents ne sont pas encore rentrés. La télévision vécue comme un interlocuteur de rechange n'a pas manqué d'inspirer les dessinateurs. Ce thème d'une présence familière, qui suppose un partage, est développé par Gibo dans les culs-de-lampe qu'il fournit, chaque semaine, à *Télé Z* (fig. 3).



Fig. 2. – Wolinski, *Dessins dans l'air*, 1978-1979, Paris, 1979.

1. Wolinski, *Dessins dans l'air*, 1978-1979, Paris, 1979, p. 122.

Dans les années soixante-dix, 90% des Français disposent d'un récepteur et la télévision apparaît comme le média du partage social, d'autant plus qu'il n'existe que deux chaînes, puis trois à partir de 1973. Mais, depuis 1984, la multiplication des chaînes qui diffusent par voie hertzienne, Canal Plus, La Cinq, M6, ou par le câble, Eurosport, Paris-Première, TV5, Planète, Ciné Cinéma, Ciné Cinéfil, pour n'en citer que quelques-unes, ainsi que l'usage de la télécommande ont révolutionné notre façon d'appréhender le spectacle télévisuel. Désormais, le téléspectateur peut choisir son interlocuteur et le "tuer", comme le montre Tignous, jouant à la fois sur la satire de l'instrument et sur celle de l'actualité de la guerre du Golfe¹ (fig. 4).

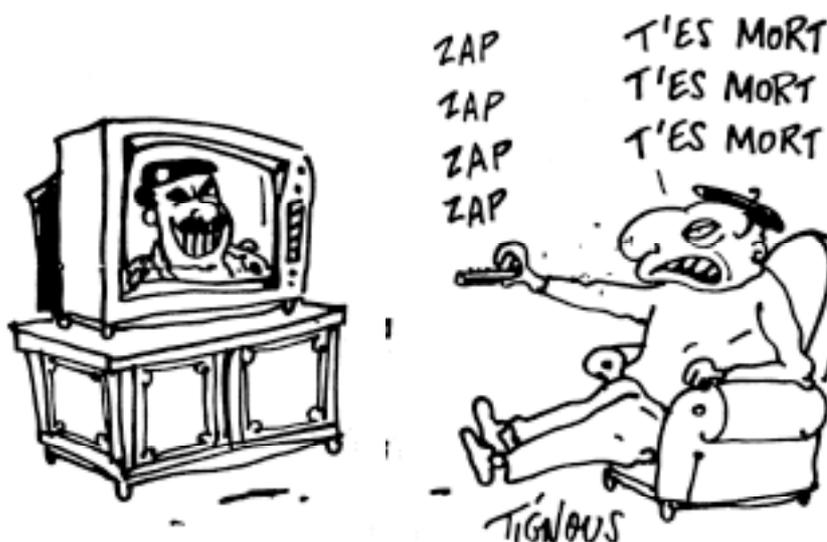


Fig. 4. – Tignous, 1991, in *Dessine-moi la télé*, 1994.

Plus présente est la critique qui porte sur la façon dont on regarde. Pour beaucoup de téléspectateurs, la télévision est une boîte qui parle et qui montre, allumée en permanence, mais que l'on peut se contenter d'écouter ou même percevoir comme un fond sonore, au même titre que la radio. Le journal télévisé en particulier, "consommé" en famille, le plus souvent à l'heure du repas, est souvent regardé d'un œil distrait. En tant que média, la télévision n'est pas encore vraiment entrée dans l'ère de l'interactivité, même si le public est de plus en plus présent sur le plateau et de plus en plus sollicité par minitel ou téléphone interposés. On sait bien que la saisie des taux d'audience, quand elle

1. Tignous, 1991, in *Dessine-moi la télé*, Paris, 1994, p. 162-163.

est purement quantitative, ne rend pas vraiment compte de l'impact éventuel d'un spectacle. Les instituts de sondages tendent à prendre en compte aussi la façon dont les téléspectateurs regardent les programmes. L'appareil de mesure, branché sur le poste, enregistre deux informations : le fait que le poste est allumé et sur quelle chaîne, ce qui permet de saisir les changements de chaîne. Mais un nouveau dispositif permet maintenant, si les gens choisis pour le panel l'acceptent, de filmer les téléspectateurs installés face à la télé. Il enregistre ainsi le nombre de ceux qui regardent, qui peut varier en cours d'émission, donne des indications sur l'âge des spectateurs et les poses des assistants, surprenant ainsi, éventuellement, d'autres activités ou l'endormissement.

La télévision est désormais entrée dans les mœurs et ne peut plus susciter les critiques en tant qu'innovation ; cependant, pratique sociale intégrée comme une véritable dépendance, elle provoque encore les crayons des caricaturistes, comme le montre, une fois de plus, Pessin : "Nous, on pourrait plus vivre sans¹", tandis que la défense des droits des téléspectateurs reste un thème classique.

Pratique culturelle

À partir des années soixante, quand le prix des récepteurs baisse et que la courbe de consommation bondit, la télévision envahit tous les foyers et génère alors pour Sempé une vision kafkaïenne de la ville colonisée par la "télé". L'uniformité n'est pas seulement présente dans la banalité des logements standardisés, mais dans les intérieurs mêmes où se "consomme" la même "culture-télé". Cette uniformité pénètre les esprits.

En fait, cette nouvelle forme de culture introduit une concurrence entre le temps consacré au nouveau média et celui dévolu à la lecture, moyen traditionnel, privilégié, noble, de l'acquisition du savoir. L'un des thèmes favoris de la caricature est donc de jouer sur l'opposition lecture/télévision. Ainsi, la lecture, du livre ou du journal, eux aussi et plus encore consommés par un lecteur solitaire, ne suscite pas vraiment humour et satire, même pour le lecteur de Piem, qui, le dos à l'écran, éclaire son livre avec la lumière du poste. Les petites mémés de Sempé, ferventes lectrices de *Nous Deux*, *Confidences* et autres *Cœur à cœur*, affichent, comme il se doit, le regret de n'avoir plus le temps de lire² (fig. 5).

1. Pessin, *Le Monde*, 20 juin 1996, p. 35

2. Sempé, *op. cit.*, p. 47.

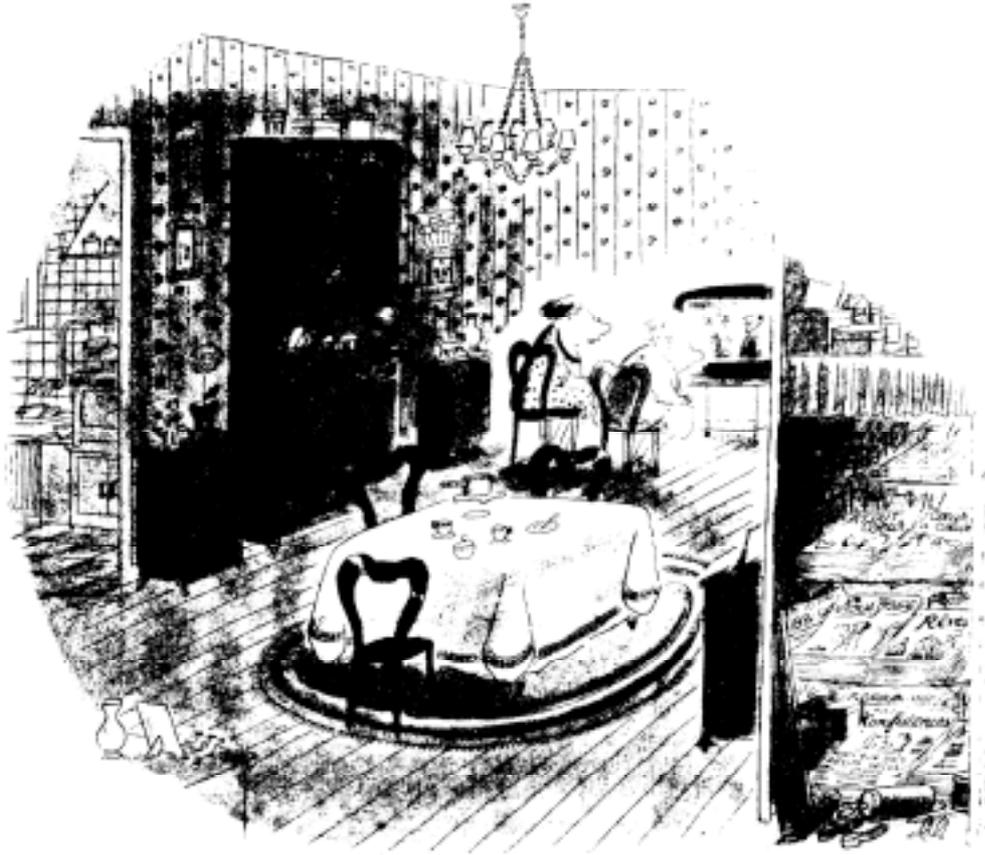


Fig. 5. – Sempé, *Médias et Médiatisés*, Paris, 1986.

Le livre reste donc le symbole de la culture, véritable ou usurpée, et le "mur de livres" des bibliothèques est le signe visuel de l'appartenance au monde des gens cultivés, qu'il s'agisse des décors de la télévision, comme à *Apostrophes*, puis *Bouillon de culture*, de Bernard Pivot, ou *Caractères*, de Bernard Rapp. Le livre reste donc sacralisé et la télévision ne s'impose pas comme un accès à la culture. Moyen de communication, spectacle, distraction, activité plus ludique que savante, elle est d'un accès immédiat, elle ne demande, apparemment, aucun apprentissage. Elle ne s'adresse donc pas à un public d'initiés, de "lettrés" ou de "mandarins", elle est, par nature, populaire et démocratique. C'est donc le symbole utilisé par les caricaturistes : Sempé souligne le scandale d'un mur d'écrans, qui se superpose au mur de livres¹ (fig. 6).

1. Sempé, *op. cit.*, p. 9.



Fig. 6. – Sempé, *Médias et Médiatisés*, Paris, 1986.

À ses débuts, la télévision est un bien de consommation des élites sociales, et les journalistes et réalisateurs, attachés au service public, ont le souci de faire des émissions culturelles. Quand le public de la télévision s'étend,

les humoristes prennent un malin plaisir à souligner l'inadéquation du vocabulaire et de la langue savante, précieuse, voire obscure, d'émissions désormais inadaptées aux nouveaux publics. Sempé met en scène un ménage de paysans et leur fils qui regardent la télévision : leur intérieur est traditionnel, sol pavé, jambons et saucissons sous les poutres, chaudron de soupe pendu à la crémaillère dans le foyer, fourche, pelle et râteau appuyés au mur près d'une porte qui mène à l'étable mitoyenne d'où vient un cochon. La femme plume une volaille tandis que les hommes sont assis, le fils en retrait. Ils regardent une interview où deux intellectuels discutent sur fond de bibliothèque, la légende complète le message : "Maintenant, je voudrais vous poser la question *que doivent se poser tous nos téléspectateurs* [c'est nous qui soulignons] : comment votre concept onirique à tendance kafkaïenne coexiste-t-il avec la vision sublogique que vous vous faites de l'existence intrinsèque ?" Critiquée pour son langage ésotérique, la télévision ne l'est pas moins pour certains éléments de son décor, en particulier son horloge, due au dessin de Salvador Dali. Ainsi, *Le Canard enchaîné* du 13 janvier 1960 s'en prend au "ressort à boudin de la télévision".

Le rejet, par le monde intellectuel et cultivé, du nouveau média, vécu moins comme un instrument de culture (malgré tous les efforts déployés par ses premiers maîtres d'œuvre) que comme un instrument de distraction, fait partie des idées construites, puis, désormais, "reçues". Aujourd'hui encore ce thème peut nourrir le discours habituel sur le média, même si les enquêtes démontrent que les travailleurs intellectuels, quand ils acceptent de répondre, et avec un minimum de sincérité, regardent plutôt les retransmissions des rencontres sportives que les émissions de réflexion, d'ailleurs tardives.

Mais s'il était et demeure de bon ton chez les universitaires et les intellectuels de mépriser la télévision, il faut reconnaître que "passer à la télévision" reste une ambition légitime dans ces milieux, ce que ne manque pas de stigmatiser la caricature. Sempé, en 1986, met en scène l'interview d'un intellectuel. Dans son vaste bureau, entièrement tapissé de livres, une équipe de tournage de dix personnes, réalisateur, assistant, cadreur, preneur de son, scripte, électricien et autres, a installé projecteurs et caméra. Le journaliste pose sa première question : "Inutile, Charles-David Wernher, de vous présenter à nos téléspectateurs. Tout le monde connaît le romancier, l'essayiste, le pamphlétaire (vos joutes avec André Gide *sont encore dans toutes les mémoires*) [c'est nous qui soulignons], le scientifique (vous êtes l'intime de Brigdway, le disciple d'Einstein – vous avez très bien connu Einstein d'ailleurs –), l'homme d'action (votre livre sur la guerre d'Espagne est autobiographique), vous êtes à l'origine du mouvement néo-figuratif, qui, dans les années 48-50, a révolutionné l'art et votre influence au sein de la N.R.F. est *de notoriété publique*. Aussi,

Charles-David Wernher, la première question qui se pose est : combien gagnez-vous par mois ?"

Plus près de nous, la polémique à laquelle a donné lieu la naissance d'Arte, en 1992, est, à cet égard, très instructive. Présentée comme une chaîne culturelle, donc "intello", elle apparaissait *a priori* comme confidentielle et "tout le monde pouvait dire du mal d'Arte"¹ (fig. 7). Ensuite, la chaîne sert de référent dans le vocabulaire symbolique des dessinateurs, comme sur ce dessin de Plantu paru en 1993 et représentant une salle de tribunal : François Mitterrand, transpirant, est représenté dans le rôle de l'avocat de Bernard Tapie : "D'ailleurs, ce soir-là, mon client regardait Arte" et l'accusé de dire en aparté : « Arrête ! tu pousses un peu ! »² (fig. 8).



Fig. 7. – Dessin, 1992, in *Dessine-moi la télé*, Paris, 1994.

1. Pessin, 1992, *op. cit.*, p.,69.

2. Plantu, 1993, *op. cit.*, p. 55.



Fig. 8. – Plantu, 1993, in *Dessine-moi la télé*, Paris, 1994.

L'information

Moyen d'information privilégié, loin devant le livre, le journal ou même la radio, la télévision entre dans la caricature comme référent symbolique d'une pratique d'information. Elle est très souvent présente dans les mises en scène des caricaturistes, soit qu'elle suscite elle-même la critique, comme au moment de la guerre du Golfe, soit qu'elle exprime la nouvelle agora, démocratique ou simplement lieu du partage de la société de consommation.

L'information télévisée a bénéficié pendant des décennies d'une exceptionnelle confiance de la part des téléspectateurs. L'image d'information ne peut mentir : le "C'est vrai, je l'ai vu à la télé" remplaçant le "C'est vrai, je l'ai lu dans le journal". Le choc provoqué par les falsifications des images du journal télévisé lors du faux charnier de Timisoara ou celles, coupées et censurées, du procès de Ceaucescu en décembre 1989, puis les censures et les pseudo-spectacles de la guerre du Golfe en 1991 ont sérieusement entamé ce capital de confiance. La caricature n'a pas manqué de fustiger le journalisme de télévision, vendu au capitalisme qui fait argent de tout, au détriment du téléspectateur. Celui de Pessin, assis devant son poste, dialogue avec lui : "Les Français ne croient plus ce qu'on leur raconte. – Foutaises !!"¹ (1994) (fig. 9).

1. Pessin, 1994, *op. cit.*, p. 95.



Fig. 9. – Pessin, 1994, in *Dessine-moi la télé*, Paris, 1994.

Cette information construite par les journalistes est donc mise au pilori. L'homme à la caméra fait désormais parti des cibles familières de la caricature. On lui reproche de faire des images de voyeur. Le premier grand scandale s'est produit quand le journal télévisé a diffusé les derniers moments d'une petite fille noyée dans la boue d'une catastrophe naturelle qui s'était produite dans le massif Andin, en 1985. Désormais, cette circonstance fait modèle, et Plantu de reprendre le thème en 1989 : un journaliste-cameraman filme un enfant noir en train de se noyer, tandis que son collègue commente : "Laisse tomber ! on a déjà fait ça il y a quatre ans avec une petite Colombienne¹ !" (fig. 10). En 1991, Loup met en scène l'attente du déclenchement de l'attaque terrestre dans le désert d'Arabie : des vautours-journalistes-cameramen, perchés sur un char, s'impatientent et s'adressent au conducteur du char dont seule la tête est visible : "Alors ? ça vient² ?" (fig. 11).

1. Plantu, 1989, *op. cit.*, p. 145.

2. Loup, 1991, *op. cit.*, p. 145.



Fig. 10. – Plantu, in *Dessine-moi la télé*, Paris, 1994.



Fig. 12. – Loup, 1991, in *Dessine-moi la télé*, 1994.

Dessin d'humour et gens de télévision

Il est intéressant de constater aussi que le dessin d'humour, qui semble *a priori* un moyen d'expression très éloigné de la télévision, a été pour ainsi dire récupéré par ce média. C'est dans l'émission de Michel Polac, *Droit de réponse*, que des dessinateurs, entre autres Cabu, Plantu, Wiaz, eurent l'occasion de faire valoir leur talent en fournissant des dessins en rapport avec les débats quelquefois houleux de l'émission, au cours de son déroulement. Ainsi, c'est à la suite des dessins de Wiaz, exécutés lors des émissions des 12 et 19 septembre 1987, que l'émission a été suspendue et que Michel Polac, ayant refusé de "s'excuser", a été licencié. Parmi les dessins incriminés, on pouvait voir Francis Bouygues, président-directeur général de TF1, parler de la chaîne qu'il dirigeait comme d'une "télé de m...". Autrement dit, la privatisation de la chaîne, phénomène récent, devenait l'un des thèmes possibles des caricaturistes. L'innovation qui consistait à créer un double système privé-public, comme en Grande-Bretagne ou comme pour les radios dans la France d'avant-guerre, suscitait chez certains, voire chez beaucoup, une attitude de rejet, au nom de la défense du service public.

Conclusion

Le dessin de presse a besoin pour fonctionner d'une culture commune qui permet une communication fondée sur les allusions. Le rire ou le sourire naissent d'une interprétation comique de situations, de personnages, d'événements déjà connus des lecteurs. Il y a donc nécessairement un certain décalage dans le temps entre l'apparition de l'innovation et sa critique par le dessin humoristique. L'apparition de la télévision n'échappe pas à ce phénomène. Ce n'est qu'à la fin des années soixante que l'humour graphique s'en prend à la télévision et, à ce moment, il n'innove pas dans son inspiration, il accompagne des critiques déjà éculées. Il s'appuie sur les "idées reçues" pour susciter l'amusement. Ce n'est pas lui qui invente les thèmes critiques contre la télé, mais il les ancre par une mise en scène percutante : le dessin et sa légende valent mieux qu'un long discours.